

## Megtévesztő Gastroyal-akció

**A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) 10 millió Ft-ra bírságolta a Larabay Food Vendéglátóipari Kft.-t. A cég 2009. június 15. és 2009. október 26. között heti étlapjain és internetes honlapján megtévesztő módon tette közzé az egyes termékeihez kötődő árkedvezményeket.**

Az étel házhozszállítással foglalkozó Larabay Food Vendéglátóipari Kft. (korábbi elnevezéssel: Gastroyal Food Vendéglátóipari Kft.) a fenti időszakban heti étlapjain és internetes honlapján közzétett tájékoztatása szerint kedvezményesen kínálta egyes termékeit. A kedvezmény hangsúlyozása érdekében fekete színnel, áthúzással szerepeltette azt az árat, amihez képest nyújtotta az árkedvezményt, míg piros színnel jelölte a ténylegesen fizetendő összeget. Az árak kedvező jellegét az „akció”, „akciós áron” kifejezések használatával is nyomatékosította.

A GVH eljárásában azt szerette volna tisztázni, hogy a Gastroyal-ételeket a fogyasztók az akció keretében valóban kedvezőbb áron vásárolhatták-e meg, mint az akción kívül. Az étel házhozszállítás piacán is jellemző tény ugyanis, hogy a fogyasztó versenyző áruk közötti választásának egyik legjelentősebb meghatározója az ár. Éppen ezért alapvető követelmény, hogy az arról adott tájékoztatás valós legyen és ha az árhoz bármilyen kedvezmény kötődik, a hirdetés pontos képet adjon arról. Az ígért kedvezmény tehát nem sugallhat fiktív, nem létező vagy túlzott megtakarítási lehetőséget. Így kifogásolható, ha a kedvezményt olyan árhoz viszonyítva kell megítélnie a fogyasztónak, amit korábban ténylegesen nem is alkalmazott a vállalkozás, vagy éppen nem lehet a valós kedvezményre pontosan következtetni. Szerencsés esetben ugyanis a fogyasztó egyrésztől tájékoztatást kap az adott termékért az akció időtartama alatt és azon kívül fizetendő árról, másrésztől a nem akciós árhoz képesti megtakarításának mértékéről.

A Larabay mind heti étlapjain, mind honlapján egyértelmű üzenetként hangsúlyozta: termékei kedvezőbb áron, akciósan érhetők el. Elvárható volt vele szemben tehát az, hogy a tájékoztatásait valós tényekre alapítva reális képet adjon az árkedvezményről.

A GVH álláspontja szerint e követelménynek a Larabay tájékoztatásai nem feleltek meg. Egyes termékei mellett ugyanis olyan, a kedvezmény alapjául szolgáló nem akciós, magasabb árat tüntetett fel, melyet korábban nem alkalmazott vagy ugyan alkalmazott, ám rövid ideig. Az ún. nyári ételeket például az akciót megelőzően alacsonyabb áron kínálta, mint amit az akcióban korábbi árként megjelölt, így az elérhető kedvezmény mértékét kedvezőbbnek állította be annál, amit valóban nyújtott. Ugyanennél a termékkörnél tüntetett fel olyan árakat is, amelyeken korábban ténylegesen nem lehetett az ételeket megvásárolni, fiktívvé téve így a feltüntetett árkedvezmény mértékét. Hasonlóan járt el egyes fogyasztó étrendek esetében is, amelyeket az akciót megelőzően a tájékoztatásokban megjelöltek szintén alacsonyabb áron kínált. A Súlystop, a Kalóriafaló, a Méregtelenítő vagy éppen a Zsírégető fogyasztó étrendet már bevezetésüktől az akcióként megjelölt áron forgalmazta, így a feltüntetett magasabb árat korábban egyáltalán nem alkalmazta. A Cellstop fogyasztó

étrendet akcióssá nyilvánítása előtt csupán egy héttel kezdte a magasabb áron forgalmazni. Egyes termékeknél úgy szerepeltetett magasabb árat, hogy korábban ezeket a termékeket nem is árusította.

Összességében tehát elmondható, hogy a fogyasztók nem kaptak reális képet az akciókról, az elérhető kedvezmények mértékéről, továbbá a Larabay által sugallt megtakarítás egyes esetekben fiktívnek minősült.

A bírság kiszabásakor a GVH a szankcionálás preventív célját is szem előtt tartva a súlyosító körülmények között értékelte, hogy a tájékoztatások nagy számú fogyasztót értek el, valamint azt, hogy a Larabay kampánya több hónapos volt, melynek igen hangsúlyos elemeként jelent meg a termékek „akciós” jellege. E körben értékelte a versenyhatóság azt is, hogy a jogsértő magatartást egy olyan piacon valósította meg a Larabay, ahol az általa előadottak szerint igen erőteljes a verseny, s egy új piaci szereplőnek intenzív kampányt kell folytatnia. E körülményt figyelembe véve a vizsgált magatartás az átlagosnál erőteljesebben veszélyeztette a piaci versenyt.

Az ügy hivatali nyilvántartási száma: **Vj-133/2009**.

Budapest, 2010. június 10.

Gazdasági Versenyhivatal  
Kommunikációs Csoport

További információ:

ZENISEK Andrea

Gazdasági Versenyhivatal

cím: 1054 Budapest, V. ker. Alkotmány u.5.

levél: 1245 Budapest, 5. Pf. 1036

tel: +36-30 618-6618

email: [sajto@gvh.hu](mailto:sajto@gvh.hu)

<http://www.gvh.hu>