

Bizalomromboló valótlan állítások

Balogh Virág

A GVH számára továbbra is kiemelt fontosságú a pénzügyi terület, hiszen a szektorban általánosságban bonyolult tapasztalati termékeket kínálnak az egyes vállalkozások, amelyekkel kapcsolatban a fogyasztói tudatosság meglehetősen alacsony. Jelenleg 11 eljárás van folyamatban a pénzügyi szektor különböző szereplői ellen. Az életjáradéki konstrukció vizsgálata alapján került sor a Hild Zrt. elmarasztalására, továbbá vele szemben bírság kiszabására. A fogyasztókat megcélzó kommunikációs anyagok több esetben arról adtak tájékoztatást, hogy a Hild Zrt. végzi az állagmegőrző karbantartással kapcsolatos munkákat, illetve gondoskodik az ingatlan műszaki állapotának megőrzéséről, vállalja a lakás műszaki karbantartását, továbbá, hogy a Hild Zrt. mint az ingatlan tulajdonosa átvállal minden közös költségnek minősülő költséget. A fogyasztók az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat alapján arra következtethettek, hogy minden, a mindennapi életben karbantartásnak minősülő munkálatok költségét, továbbá minden közös költséget átvállalnak. A vizsgált kereskedelmi kommunikációkban tett ígéret ugyanakkor nem felelt meg a valóságnak. A kereskedelmi gyakorlat alkalmas volt a fogyasztók megtévesztésére, mivel a fogyasztóban nem a valóságnak megfelelő kép alakulhatott ki a Hild Zrt. által kínált szolgáltatás tartalmát illetően. A Hild Zrt. kereskedelmi gyakorlata alkalmas volt továbbá arra is, hogy a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítse, amelyet egyébként nem hozott volna meg. Az életjáradéki konstrukció a fogyasztóknak olyan, korukból adódóan egyértelműen azonosítható körét célozta meg, amelynek egy jelentős része éppen a korából adódó hiszékenysége révén különösen kiszolgáltatott, s így az őket elérő kereskedelmi kommunikációk alkalmazóinak fokozott körültekintéssel kell eljárniuk. Az egészségre, gyógyhatásra vonatkozó állítások esetén a vállalkozások általában kifejezetten sérülékeny fogyasztói csoport (pl. betegek) számára teszik közzé kereskedelmi gyakorlataikat. Az ilyen állítások általában bizalmi jellegű jószágokra vonatkoznak, és az esetleges valótlanosságuk esetén megjelenő fogyasztói hátrány rendkívül nagy lehet. Mindezek miatt a GVH az elmúlt években folyamatosan nagy figyelmet fordított az egészséggel, gyógyhatással kapcsolatos kereskedelmi gyakorlatokra. Az új szabályozás szerint a gyógyhatás valótlan állítása ún. "feketelistás" pont, vagyis amennyiben az eljárás alá vont valótlanul állítja, hogy az áru alkalmas gyógyhatás kiváltására, a gyakorlat a körülményekre tekintet nélkül tisztességtelennek tekintendő. Ennek megfelelően állapította meg a versenyhivatal, hogy a tahiti Noni Juice és a Forever 365 Aloe Vera termékek, valamint az infravörös derékajl kapcsán közzétett, gyógyhatásra vonatkozó állítások valótlanok, így tisztességtelenek.

A szerző a GVH munkatársa

(Világgazdaság, 2009. október 30., péntek, 10. oldal)