

# A GVH SEGÍT

Röviden, érthetően  
a 2022. május 28-tól hatályba lépő új rendelkezésekről

## ÜGYELJEN A KÖZZÉTETT FOGYASZTÓI ÉRTÉKELÉSEK VALÓSSÁGÁRA ÉS KIEGYENSÚLYOZOTTSÁGÁRA!

Vásárlás előtt sokan elolvassák a fogyasztói értékeléseket az online felületeken, mert fontos információforrásként szolgálhatnak a tájékozott döntéshez. A közzétett fogyasztói értékeléseknek ezért hiteles képet kell adniuk a termékről, illetve a vállalkozásról.

- Tilos a termék népszerűsítése érdekében valótlan fogyasztói értékelést vagy ajánlást adni (ideértve pl. hamis profilokról lájkolni a terméket egy közösségi oldalon), illetve mást megbízni ezzel (pl. lájkot vásárolni „lájkgyáráktól”, kattintó „farmoktól” vagy e-hírnév ügynökségektől).
- Tiltott az (amúgy hiteles) fogyasztói értékelések, közösségi médiában posztolt ajánlások valótlan bemutatása is. Ha marketingeszközként egyes, dícsérő fogyasztói véleményeket kiemelten is megjelenít a honlapján vagy közösségi oldalán, akkor is szükséges összességében biztosítani a kiegyensúlyozott tájékoztatást, vagyis nem hallgathatja el, ha a fogyasztók kevésbé kedvező tapasztalatokról is beszámoltak. Ne válogasson az értékelések között oly módon, hogy kizárólag a pozitívakat jeleníti meg. Kerülje az előre kitöltött pozitív értékelési mintákat és ne lépjen kapcsolatba a fogyasztókkal, azért hogy az értékelések megváltoztatására vagy a negatív értékelések visszavonására ösztönözze őket.
- Ez nem zárja ki annak lehetőségét, hogy moderáljon, esetlegesen töröljön fogyasztói véleményeket. Ezt azonban csak előzetesen (lehetőség szerint szabályzatban) közzétett, objektív szempontok mentén tegye – például olyan esetben, ha a vélemény obszcén vagy sértő tartalmú.
- Amennyiben fogyasztói értékeléseket tesz közzé, egyúttal azt is közölnie kell, hogy ellenőrzi-e és hogyan, illetve, hogy azokat olyanok fogalmazták meg, akik tényleg használták vagy megvásárolták a terméket. Kizárólag akkor állíthatja, hogy valós tapasztalatokon alapuló fogyasztói véleményeket tesz közzé, ha ennek ellenőrzésére kidolgozott folyamatai, eljárásai vannak, amelyek keretében észszerű és arányos lépéseket tesz a hamis értékelések kiszűrésére. Ilyen lehet például a véleményezőkhöz regisztrációjának előírása; egyéb technikai eszközök használata annak ellenőrzésére, hogy az értékelő valóban fogyasztó-e (pl. e-mailben, vagy IP-cím alapján); vagy a kétes szándékú tevékenységek automatikus észlelésére szolgáló, algoritmikus eszközök alkalmazása. Az ellenőrzéshez felhasznál (vagy az ellenőrzés hiányát) egyértelműen közölni kell a fogyasztókkal, mivel a termékekkel kapcsolatos, jelentős információknak minősülnek.
- Ügyeljen arra, hogy fogyasztói értékelések hitelességének ellenőrzése arányos legyen, vagyis ne tegye túlzottan nehéz az értékelések közzétételét, elriasztva ezzel a fogyasztókat az értékelések benyújtásától. A megfelelő módszer(ek) megtalálásához legyen figyelemmel üzleti modelljére, tevékenységi körére, illetve a hamis fogyasztói véleményadás kockázatának mértékére. Például a csalárd tevékenység nagy kockázatával járó és nagyobb erőforrásokkal rendelkező platformoktól elvárható, hogy a kisebb kereskedőkhöz képest jelentősebb eszközöket alkalmazzanak a fogyasztói értékelések révén elkövetett csalások leküzdésére. Az értékelések gyűjtésére, moderálására és közzétételére vonatkozó belső vállalati szabályozást ISO szabvány is segíti.

# A GVH SEGÍT

Röviden, érthetően  
a 2022. május 28-tól hatályba lépő új rendelkezésekről

## LEGYEN ÁTLÁTHATÓ A KERESÉSI EREDMÉNYEK RANGSOROLÁSA!

Online keresések során a fogyasztóknak tudniuk kell arról, ha az organikus találatok sorrendjét fizetett reklám vagy fizetett rangsorolás módosította.

- A fogyasztók számára ezért egyértelműen fel kell tüntetni, ha a keresési eredmények rangsorolása során valamely találat hirdetés, esetleg kifejezetten a termékeknek a keresési eredmények közötti magasabb rangsorolását célzó fizetés miatt került előkelőbb helyre.

## LEGYEN EGYÉRTELMŰ, HOGY A FOGYASZTÓ KIVEL SZERZŐDIK!

Online vásárlás során jelentősége van annak, hogy a fogyasztó kitől vásárol, hiszen eltérő jogosultságok illetik meg attól függően, hogy az eladó fél vállalkozásnak minősül-e.

- Az online piacok szolgáltatóinak ezért tájékoztatniuk kell a fogyasztókat arról, hogy a terméket kínáló kereskedőnek minősül-e vagy sem, ahogyan utóbbi esetben arról is, hogy az uniós fogyasztóvédelmi jogból eredő fogyasztói jogok nem alkalmazandók a megkötött szerződésre.
- A fogyasztókat arról is informálni kell, ha a szerződéssel kapcsolatos kötelezettségek megoszlanak az árukat, szolgáltatásokat vagy digitális tartalmat kínáló harmadik fél és az online piac szolgáltatója között. Ezeknek a tájékoztatásoknak egyértelműnek és érthetőnek kell lenniük, és nem elég, ha ezen információkat pusztán az általános szerződési feltételekben vagy más szerződéses dokumentumokban találja meg.

## LEGYEN EGYÉRTELMŰ AZ ÁRKEDVEZMÉNY FELTÜNTETÉSE!

Egy termék ára az egyik legfontosabb mérce a fogyasztók számára a különféle áruk közötti választás során. Ezért ugyancsak lényeges, hogy egy kedvezményesen kínált termék milyen mértékű megtakarítást tesz lehetővé a fogyasztó számára.

- Árleszállítás kommunikálása esetén a termékek eredeti (nem akciós) árát is kötelező egyidejűleg feltüntetni. Eredeti árként pedig – néhány kivételtől eltekintve – kizárólag az akció előtti legalább 30 napos (új terméknél 15 napos) időszak során alkalmazott legalacsonyabb ár tüntethető fel.

# A GVH SEGÍT

Röviden, érthetően  
a 2022. május 28-tól hatályba lépő új rendelkezésekről

## TILOS AZ AUTOMATIZÁLT VISZONTELADÓI JEGYVÁSÁRLÁS!

A fogyasztók nem csak a hivatalos értékesítőktől, hanem más személyektől, illetve közvetítő vállalkozásokon keresztül is vásárolhatnak jegyeket különféle rendezvényekre (koncertekre, sporteseményekre, stb.). Egyes üzleti modellek azonban tiltottak.

- A körülményektől függetlenül jogsértőnek minősül a rendezvényekre szóló jegyek viszonteladása fogyasztók részére, ha azokat automatizált eszközökkel vásárolta meg, hogy megkerülje az egy személy által megvásárolható jegyek számára vonatkozó korlátozásokat vagy a jegyvásárlásra alkalmazandó bármely más szabályt.

## NE BEFOLYÁSOLJA REJTETTEN A FOGYASZTÓK DÖNTÉSÉT!

Az online vásárlások során egyes, észrevétlenül ható ún. 'sötét minták' olyan döntésekre ösztönzik a fogyasztókat, amelyek nem feltétlenül szolgálják az érdekeiket. Ilyen lehet például egy „különleges ajánlatra” vonatkozó visszaszámláló, vagy ha előre bejelölt négyzet „segíti” a vásárlót abban, hogy a második terméket féláron megvegye.

- Tiltott az online kereskedelmi gyakorlatok során az ehhez hasonló 'sötét mintákat' alkalmazni, vagyis észrevétlenül ható módszerekkel megzavarni a fogyasztói döntéshozatal folyamatát, vagy pszichés nyomás alá helyezni a vásárlókat.
- Tegye meg a megfelelő intézkedéseket annak biztosítására, hogy elektronikus felületének kialakítása ne torzítsa a fogyasztók ügyleti döntéseit.



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL

2022.