



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

Hiánycikk volt az akciós termék a Metronál

A fogyasztók megtévesztésére alkalmas volt a Metro Kft. egyik, idén januári akcióját népszerűsítő reklámújság – állapította meg a Gazdasági Versenyhivatal (GVH). Emiatt a nagykereskedelmi társaságnak 5 millió forint bírságot kell fizetnie.

A német tulajdonban álló, országszerte 13 áruházat működtető Metro Kft. ez év január 3.-9. között „Best of Metro” néven tartott akciót. Ennek során különböző műszaki cikkeket (LCD televízió, kondigép, mosógép stb.) kínált kedvezményes áron. Az akcióról reklámújságaiban és internetes oldalán tájékoztatta a fogyasztókat.

A GVH vizsgálata megállapította, hogy az akció több ponton is megtévesztő volt a fogyasztók számára. A hirdetett időszakban több áruházban az egész akció ideje alatt nem lehetett megvásárolni az akciós termékeket. Más esetben pedig volt ugyan indulókészlet, ám ez olyan irracionálisan alacsony volt, hogy a reklámozási időszak elején máris készlethiány alakult ki.

A GVH szerint ez a magatartás megtévesztő, hiszen a reklámújságok azt ígérték, hogy az adott termékek a megjelölt időszakban elérhetőek lesznek. Az persze nem várható el a kereskedelmi vállalkozásoktól, hogy a készletek magasán tartásával minden körülmények között elkerüljék az áruhiányt, ám az mindenképpen a fogyasztók megtévesztésének minősül, ha az akciós terméket egyáltalán nem lehet megvásárolni az akció ideje alatt, vagy már az akció elején elfogy az irreálisan alacsony indulókészlet miatt.

A tapasztalatok szerint ugyanis a reklámozott termékek zömét az akciós időszak elején értékesítik a kereskedők, ezen belül is kiemelkedő súlya van a legelső napnak. Az is tény, hogy az akcióról adott hirdetések alkalmasak a fogyasztók áruházba történő becsábítására. Márpedig a reklámokkal becsábított fogyasztók vásárlásai nem szorítkoznak az akciós termékekre, így reklámkampánynak forgalomnövelő hatása is van.

Mindezek miatt akciójával a Metro Kft. megtévesztette a fogyasztókat, ezért a GVH 5 millió forintos bírság megfizetésére kötelezte. A bírság összegét növelte, hogy a magyar piac egyik legnagyobb kereskedelmi vállalkozása követett el jogsértést, reklámújságjai jelentős vevőkört értek el. Ráadásul a Metro ellen már folyt GVH eljárás, így pontosan tudnia kellett, milyen követelményeket kell teljesítenie, amikor meghirdet egy akciót. Enyhítő körülményként vette figyelembe a GVH, hogy a megtévesztő tájékoztatás rövid időre vonatkozott, a kifogásolt magatartás kevés termékre terjedt ki és az áruházak szűk körét érintette.

Az ügy hivatali nyilvántartási száma: **Vj-64/2008.**

Budapest, 2008. november 18.

Gazdasági Versenyhivatal
Kommunikációs Csoport

További információ:
Mihálovits András

Gazdasági Versenyhivatal
cím: 1054 Budapest, V. ker. Alkotmány u.5.
levél: 1245 Budapest, 5. Pf. 1036
tel: +36-30 618-6618
email: Mihalovits.Andras@gvh.hu
<http://www.gvh.hu>