



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

A GAZDASÁGI VERSENYHIVATAL SAJTÓKÖZLEMÉNYE

Megtévesztő reklám miatt a GVH ismét megbüntette a Cora-t

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a 2006. január 5-én tartott tárgyalásán hozott határozatában megállapította, hogy a Cora áruházláncot üzemeltető Magyar Hipermarket Kft. (a továbbiakban: Cora) által közzétett reklámkatalógusban szereplő, a Dimarson klímaberendezést hirdető reklám alkalmas volt a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására. A Versenytanács a jogsértő magatartásért 5 millió Ft versenyfelügyeleti bírság megfizetésére kötelezte a Cora-t.

A Cora 2005. március második felében egy milliós példányszámban közzétett reklámkatalógusában reklámozta az általa forgalmazott Dimarson klímaberendezést. A Versenytanács határozatában megállapította, hogy – ellentétben a reklámújságban állítottakkal – a klímaberendezés beszerzése nem volt ingyenesnek tekinthető, legfeljebb kedvezményesnek. A vásárlóknak ugyanis mindenképpen meg kellett fizetni a kiszállási díjat, a klímaberendezést tartó konzol árát, valamint annak felszerelési díját. Ezenkívül – a helyi adottságoktól függően – további költségeket is felszámítottak a vásárlónak. A Cora reklámtevékenysége ott volt kifogásolható, hogy szállítójától kritika nélkül elfogadva adta közre a tájékoztatást, hozzájárulva ezzel ahhoz, hogy a figyelemfelhívás elsődlegessége mellett háttérbe szorultak a pontos, valós tájékoztatás követelményei.

A Versenytanács határozatában nem látta elfogadhatónak, hogy a potenciális vásárlók az áruházban a termék mellett megtalálhatták a – valamennyi feltételt és kivételt tartalmazó – Tájékoztatót, melyet vásárlás esetén szintén a rendelkezésükre bocsátottak. A Versenytanács jogalkalmazási gyakorlata szerint ugyanis a megtévesztő magatartást az nem teszi jogszerűvé, ha a reklámozáshoz képest későbbi időpontban az üzlethelyiségbe betérő vásárló részletes és kimerítő tájékoztatást kap. A jogértés megvalósult a részben valótlan állítást tartalmazó reklám közzétételével, az a körülmény pedig, hogy a tényleges piaci hatást esetleg utóbb elhárítják, legfeljebb a bírság kiszabása során értékelhető. A reklámként vagy más módon megnyilvánuló tájékoztatással szemben követelmény, hogy annak alapján a fogyasztó valós, pontos képet alkothasson a tájékoztatás tartalmáról, így – többek között – a felkínált termékről, szolgáltatásról, az akció mibenlétéről. Ez – a Versenytanács megállapítása szerint – azért különösen fontos, mert az üzletbe pl. egyes akciók által becsábított fogyasztók vásárlásai nem feltétlenül szorítkoznak az akcióban résztvevő termékekre, vagyis nem csak adott akciós áru iránti keresletet növelik, hanem kedvezően hatnak az adott üzletben forgalmazott többi áru értékesítésére is. A kialakult vásárlói szokások alapján a fogyasztót nagyban befolyásolja az egy-egy üzletlánc akcióiról kapott tájékoztatás, mivel sok esetben ennek alapján dönti el, hogy a – fogyasztók megszerzéséért versenyző – üzletek közül melyiket választja.

A fentiek alapján a Versenytanács megállapította, hogy a Cora reklámozási magatartása a versenytörvény rendelkezéseibe ütközött, s ezért 5 millió Ft versenyfelügyeleti bírság megfizetésére kötelezte a jogsértő vállalkozást.

A jelen ügyben elmarasztalt Cora ellen a közelmúltban a GVH Versenytanácsa ugyancsak a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartása miatt szabott ki 1 millió Ft versenyfelügyeleti bírságot.

Budapest, 2006. január 9.
Gazdasági Versenyhivatal

Főtitkárság Kommunikációs Csoport

További információ:

Baráth Erika

Gazdasági Versenyhivatal
cím: 1054 Budapest, V. ker. Alkotmány u.5.
levél: 1245 Budapest, 5. Pf. 1036
tel: (+36-1) 472-8985
email: BARATH.Erika@gvh.hu
<http://www.gvh.hu>