



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

Megtévesztő leárazások

A közelmúltban két üzletlánc akciótartási gyakorlatát is vizsgálta a Gazdasági Versenyhivatal (GVH). Kiderült, hogy a Plus és a Match is megtévesztette fogyasztóit, mert az akciós termékek egy részét már a leárazás első napján sem lehetett megvásárolni üzleteikben. A Plus emiatt 5 millió forintos bírságot kapott. A Match csekély súlyú jogsértést követett el, így nem kapott pénzbüntetést.

A GVH azért indított vizsgálatot az országszerte 174 üzlettel rendelkező Plus Élelmiszer Diszkont Kft. ellen, hogy kiderüljön: a vállalkozás 2008. január 1. és február 29. között meghirdetett akciójában a nem élelmiszer termékekkel kapcsolatban megfelelően tájékoztatta-e a fogyasztókat. Végül kiderült, hogy a közel kétmillió példányban terjesztett, az Interneten és plakátokon is közzétett tájékoztatással szemben egyes akciós termékek nem minden üzletben voltak elérhetőek az akció első napjától kezdve. A Plus azt sem biztosította, hogy egyes üzletek ne irreálisan alacsony indulókészlettel vágjanak bele a leárazásba.

Ezzel a magatartásával a Plus Kft. megtévesztette a fogyasztókat, ezért 5 millió forintos bírságot kell fizetnie. A bírság összegének megállapításakor a GVH a jogsértő magatartásban érintett kommunikációs eszközök megjelentetésére fordított ismert összeget vette alapul, de figyelembe vette a jogsértéssel érintett időszakban elért nettó árbevételét is. Súlyosító körülményként vette számításba a GVH, hogy a Plus a piac jelentős szereplője, jogsértő tájékoztatásai széles fogyasztói körhöz jutottak el és a jogsértéssel érintett időszak két hónap volt. Enyhítő körülményként merült fel, hogy a vállalkozás nem vitatta a jogsértést és az eljárás során együttműködött a GVH-val.

Akiótartási gyakorlata miatt indult vizsgálat a Csemege Match Zrt. ellen is. Az országszerte 124 üzlettel rendelkező kiskereskedelmi lánc 2007. április 11. és július 3. közötti akcióit vizsgálta a GVH. Az eljárás során megállapítást nyert, hogy egyes termékeket néhány boltban az akció első napján nem lehetett megvásárolni, más termékeket viszont egy-egy boltban az akció egy-egy napján nem az előre meghirdetett árakon lehetett megvásárolni.

Ezzel a magatartással a Csemege-Match Zrt. megtévesztette a fogyasztóit – állapította meg a versenyhatóság. Az üzletlánc azonban ezúttal nem kapott bírságot, mivel az akciókban érintett termékek és üzletek számához mérten csekély jelentőségű jogsértést követett el. A GVH ezentúl tekintettel volt arra is, hogy a Match boltjai jellemzően a települések központjában helyezkednek el, így – más földrajzi elhelyezkedésű boltokhoz képest – csekélyebb az esélye annak, hogy a megtévesztő reklámoknak becsalogató hatása lett volna a vevőkre. Ilyen esetben ugyanis a fogyasztók jelentős része a bolt elhelyezkedése és nem az akciós termékkör alapján dönt arról, hogy vásárol-e egy üzletben vagy sem.

A GVH felhívja a figyelmet, hogyha egy vállalkozás egy általa lebonyolított akcióról ad tájékoztatást a fogyasztók számára például saját reklámújságja révén, akkor ez magában foglalja, hogy a fogyasztó a reklámújságban szereplő termékeket a jelzett feltételekkel (jellemzően: a feltüntetett ár megfizetése ellenében, adott esetben a jelzett megtakarítást elérve, a reklámozott kedvezményt élvezve) az akció időtartama alatt, annak első napjától kezdődően megvásárolhatja, s az akció lebonyolításához megfelelő készletekkel rendelkezik minden, az akcióban részt vevő bolt. Jogsértő, ha az adott termék az adott időszak első napján nem kapható adott üzletben. Az akciós időszak kezdőnapja kitüntetett szereppel bír, hiszen a vállalkozástól az mindenképpen elvárható, hogy az akció indulásakor legyen készlet a reklámozott termékből.

A versenyhatóság nem várja el, hogy a meghirdetett termék a reklámban szereplő teljes időtartam alatt elérhető legyen. Ennek alapja az, hogy a fogyasztók számára az akciók tekintetében köztudomásúnak minősülhet az a feltétel, amely szerint a meghirdetett termékek a készlet erejéig lesznek elérhetőek (mindezzel együtt sem jogszerű, ha a vállalkozás irreálisan alacsony árukészlet mellett hirdeti meg a terméket). Ha a termék az első napokban megvásárolható ugyan, de később elfogy, megállapítható a jogsértés, ha a készlet úgy fogy el, hogy a vállalkozás irreálisan alacsony induló készlettel indult kezdte meg az akciót. A GVH szerint önmagában az akció készlet erejéig történő meghirdetésének közlése nem teszi jogszerűvé a magatartást, ha a vállalkozás irreálisan alacsony árukészlet mellett hirdeti meg a terméket.

Az ügyek hivatali nyilvántartási száma: **Vj-155/2007** és **Vj-52/2008**.

Budapest, 2008. október 6.

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>