

Szórólapos mézesmadzag

A Gazdasági Versenyhivatal a versenytörvény alapján folyamatosan fellép a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása ellen.

Nem ritka jelenség, hogy egy terméknek olyan tulajdonságai vannak, amelyek megakadályozzák rendeltetésszerű használatát. Sokszor előfordul, hogy a fogyasztók pénzéért sóvárgó vállalkozók egy jószágról valótlan képet mutatnak be. Ezt a célt szolgálják a különböző reklámozási fogások. A reklámdömpingben különösen szembetűnő, hogy egyes cégek az előnyös vásárlás hamis látszatával tévesztik meg vevőiket.

A közelmúltban Budapesten, a Váci utcában olyan szórólapokat osztogattak a járókelőknek, amelyeken nem csak magyar, hanem angol és német nyelven is tudatták a nagy vásárlási lehetőséget. Felfigyeltem a papíron lévő 95 százalékra. Így csalogatták a vevőket a boltba, hiszen a cipők esetében 95 százalékos árleszállítás mégiscsak számottevő. Még jó, hogy nem 110 százalék szerepelt a szórólapon, ugyanis ekkor a leendő vásárlók ellenérték nélkül elvihetnék a cipőt, sőt még az ár tíz százalékát kifizetné az eladó a kedves vevőnek. Én is fölkerestem az üzletet. Meglepődtem, mert csak egy pár lábbeli volt jelentősen leértékelve, a többi cipőt 30-40 százalékos engedménnyel ajánlották.

A mézesmadzag szerepét betöltő szórólap igen hatásos volt, mert sokan bolyongtak a kedvező vásárlás reményében a boltban. A szórólapon kiemelt nagy betűkkel azt is tudatták, hogy világmárkás, külhonban készült cipőket vásárolhatnak. Nem vagyok a cipőipar szakembere, de ahogy végignéztem a kínálatot, biztos, hogy nem világmárkás termékek sorakoztak a polcokon.

A Gazdasági Versenyhivatal számtalan esetben fellép a megtévesztő reklámok ellen. Amennyiben a polgárok tudomást szereznek ilyen akciókról, érdemes bejelentést tenni a hivatalnak (1054 Budapest, Alkotmány u. 5.).

Dr. Takács Imre, Hajdúszoboszló

(Vasárnapi Hírek, 2007. február 4., vasárnap, 6. oldal)