

PIACELSŐSÉGI ÁLLÍTÁSOK

Mikor használhatók jogszerűen a „legjobb”, „legnagyobb” vagy „legnépszerűbb” típusú állítások?

 Gondolja
Végig
Higgadtan



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL



MI SZÁMÍT PIACELSŐSÉGI ÁLLÍTÁSNAK?

A piacelsőségi állítások a legmagasabb kockázatú reklámállítások közé tartoznak, mivel jellegükből adódóan alkalmasak arra, hogy a fogyasztók számára a vállalkozás versenytársakhoz viszonyított **kiemelkedő piaci pozícióját sugallják**. Éppen ezért alkalmazásuk különös körütekintést igényel mind tartalmi, mind jogi szempontból.



KEVÉS SZEREPLŐS PIACOKON

(pl. a mobilszolgáltatások piacán) egy piacelsőségi állítás a versenytársakkal való összehasonlításnak is minősülhet. Ezért az ilyen reklámokra szigorúbb, speciális jogi követelmények vonatkozhatnak.



PIACELSŐSÉGI ÁLLÍTÁS PÉLDÁUL:

- "legnépszerűbb szolgáltatás",
- "garantáltan a legalacsonyabb ár az egész interneten",
- "Magyarország legnagyobb raktárkészlete",
- a „Legek Hálózata”, mint elsőségi állítás,
- "Európa legnagyobb 4G hálózata",
- "legszélesebb választék",
- "először Magyarországon kizárólag nálunk kapható".

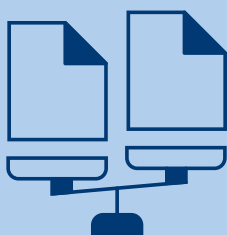


MIÉRT KOCKÁZATOS A PIACELSŐSÉGI ÁLLÍTÁS?



A VÁLLALKOZÁS KIEMELKEDŐ POZÍCIÓT ÁLLÍT MAGÁRÓL

A fogyasztó ezt úgy értelmezheti, hogy a cég bizonyíthatóan megelőzi versenytársait.



FOGYASZTÓI SZEMPONTOK

- Kihez képest piacelső?
- Milyen piacon?
- Milyen időszakban?
- Milyen mérőszám alapján?



OBJEKTÍV BIZONYÍTÉK SZÜKSÉGES

A vállalkozásnak az alábbiakkal kell bizonyítani a piacelsőségi állításait:

- értékesítési adatok,
- piaci részesedés,
- független kutatások,
- hiteles iparági adatok.



HA NINCS MEGFELELŐ ALÁTÁMASZTÁS:

- megtévesztő lehet a fogyasztók számára,
- hatósági eljárást vagy bírságot eredményezhet,
- ronthatja a márka hitelességét.



NEM MINDEN PIACELSŐSÉGI ÁLLÍTÁS EGYFORMA!

Fontos tudni!

Ugyanaz a kifejezés – például a „legjobb” – a szövegkörnyezettől függően lehet egyszerű reklámszlogen vagy bizonyítandó tényállítás is.



SZUBJEKTÍV ÁLLÍTÁS

**VÉLEMÉNYT VAGY
BENYOMÁST FEJEZ KI**

Példák:

- ✓ "Kiváló minőség"
- ✓ "Fantasztikus élmény"
- ✓ "Nagyszerű választás"

**EZEKET A FOGYASZTÓ ÁLTALÁBAN
REKLÁMÜZENETKÉNT ÉRTELMEZI.**



OBJEKTÍV ÁLLÍTÁS

**MÉRHETŐ VAGY
ELLENŐRIZHETŐ TÉNYRE
UTAL**

Példák:

- ✓ "Legnagyobb választék"
- ✓ "Legtöbbet eladott termék"
- ✓ "Legnépszerűbb szolgáltatás"

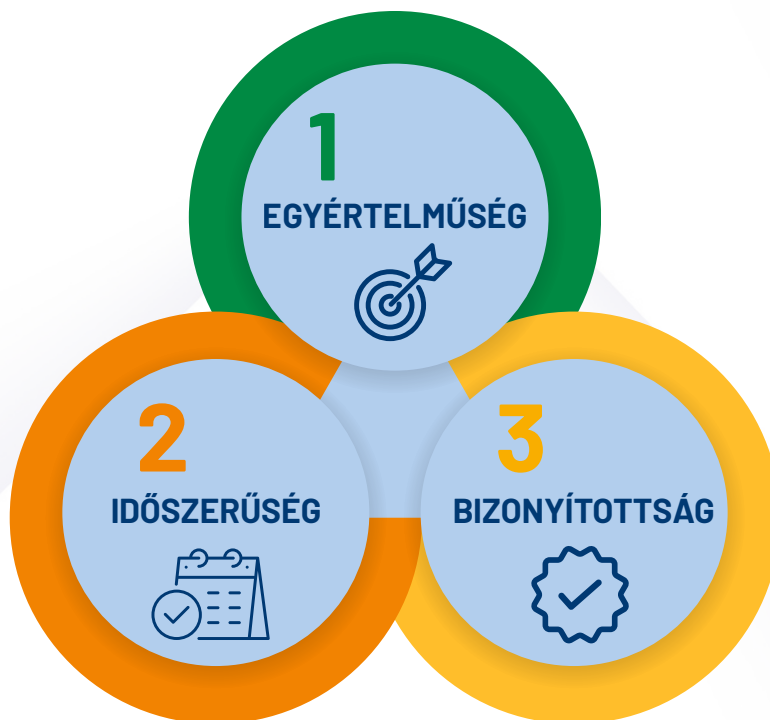
**EZEKET OBJEKTÍV ADATOKKAL
KELL ALÁTÁMASZTANI.**

A túlzó („puffery”) reklámállításokról:

Nem minden piacelsőségi állítás igényel bizonyítást. Az olyan nyilvánvaló túlzások, mint például „egy korty, és szárnyakat kap” vagy „ellenállhatatlan íz, amitől mindenki elolvad”, általában nem tényállításként hatnak. Ha azonban egy állítás mérhető tulajdonságra utal (pl. „100%-ban eltávolít minden foltot”), azt már bizonyítani kell.



MIKOR HASZNÁLHATÓ A PIACELSŐSÉGI ÁLLÍTÁS JOGSZERŰEN?



1 EGYÉRTELMŰSÉG

1

Mire vonatkozik?

- Melyik termékre vagy szolgáltatásra?
- Melyik piacra vagy földrajzi területre?
- Egyértelmű és félreérthetetlen?

2 IDŐSZERŰSÉG

2

Most is igaz?

- A közzétételkor valós?
- A kampány végéig is igaz marad?
- Hosszabb kampány esetén rendszeresen ellenőrizték?

3 BIZONYÍTOTTSÁG

3

Alá tudja támasztani?

Legyen rendelkezésre álló bizonyíték:

- Piackutatás
- Értékesítési adatok
- Független mérések

MINDHÁROM FELTÉTEL TELJESÜL?



Az állítás alkalmazható.



Az állítás jogi kockázatot jelenthet.



NE FELEDJE!

A piacelsőségi állítások nem csupán figyelemfelkeltő marketingeszközök, hanem **jogi megítélés alá eső állítások**. Ezért alkalmazásuk **csak akkor jogszerű, ha azok pontosak, hitelesek és objektív bizonyítékokkal alátámaszthatók**. Az sem elegendő, ha az állítás a közzétételkor igaz: annak a kommunikáció teljes időtartama alatt valósnak és igazolhatónak kell maradnia.

Gondolja végig higgadtan:

A reklám megítélésénél nem a vállalkozás szándéka a fontos, hanem az átlagfogyasztó értelmezése számít.

A bizalom a hitelesen igazolható tényeken alapul.

 Gondolja
Végig
Higgadtan

**Szkenneljen
a további információkért!**



www.gvh.hu



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL