



Koronavírus: a közös európai fogyasztóvédelmi fellépés eredményeként több millió megtévesztő reklám tűnt el az online térből

Európai Bizottság és a tagállami fogyasztóvédelmi hatóságok koordináltan fésültek át weboldalakat azzal a céllal, hogy feltárják, az Európai Unió fogyasztóit hol célozzák hamis állítások vagy átverések a koronavírussal kapcsolatba hozható termékeket érintő hirdetésekben.

Az átfésülés (sweep) eredményei azt mutatják, hogy a Bizottság korábbi [felhívása](#) eredményes volt: a platformok megtévesztő reklámok millióit törölték vagy blokkolták. Az európai fogyasztóvédelemmel rendelkező hatóságokat tömörítő CPC Hálózat tagjai által lefolytatott ellenőrzés két részből állt: az egyik az online platformok áttekintése, míg a másik bizonyos, a koronavírussal összefüggésben magas keresletet generáló termékek reklámjainak, valamint az ilyen termékeket értékesítő weboldalak mélyebb elemzése volt. Kiemelt figyelem övezte a védőmaszkokat és védősapkákat, a fertőtlenítő géleket és a COVID-tesztet népszerűsítő ajánlatok mellett a koronavírussal összefüggésbe hozhatóan gyógyhatással felruházott élelmiszerek, étrend-kiegészítők és egyéb, nem élelmiszernek minősülő termékek ajánlatait.

A sweep főbb megállapításai:

A hatóságok 38 esetben találtak a koronavírussal összefüggésben megtévesztően hirdetett termékekre vonatkozó gyanús ajánlatokat vagy reklámokat, a termékek vírusfertőzés megelőzésére és gyógyítására való alkalmasságára utaló állításokat és túlzó árazási gyakorlatokat.

A fentiek mellett a vizsgálat feltárta, hogy számos csaló forgalmazó olyan új technikákat alkalmazva teszi még nehezebbé a felismerésüket, mint például gyógyhatásra utaló, fényképpel is ellátott konkrét állítások vagy grafikai illusztrációk vagy éppen szándékos elgépelések alkalmazása annak érdekében, hogy az automatikus szövegalapú szűrőket kijátsszák.

Mindazonáltal a vizsgálat azt mutatta, hogy a Bizottság felhívása a platformok felé hatásos volt. A Google például globálisan 80 millió koronavírussal összefüggő reklámot, az eBay pedig több mint 17 millió, termékre vonatkozó keresési találatot blokkolt vagy tüntetett el a globális piacteréről, melyek az EU fogyasztóvédelmi szabályaiba ütköztek. Az Amazon a március 2-i állapottal összehasonlítva 77%-os csökkenést figyelt meg a koronavírussal összefüggő állításokkal megjelenő új termék megjelenések heti számában.

A hatóságok a 268, mélyebb elemzésbe bevont weboldal közül 206-ot jelöltek meg további, az uniós fogyasztóvédelmi szabályok megsértésével kapcsolatos vizsgálatok lefolytatása céljából:

- 88 weboldalon jelentek meg a koronavírus fertőzés megelőzésére vagy annak gyógyítására vonatkozó állítások,
- 30 weboldal tartalmazott helytelen állítást a készlethiányra vonatkozóan,
- 24 weboldal esetében merült fel a túlzó árazás gyanúja.

39 esetben az derült ki, hogy az eladási ár és az egységár nem egyértelműen, könnyen beazonosítható módon és világosan volt feltüntetve. A fentiekén túl az is megfigyelhető volt, hogy a fogyasztók nem kaptak egyértelmű és teljes körű információt az olyan lényeges tulajdonságokról, mint például a kereskedő kiléte (58 weboldal), a kereskedő székhelye (62 weboldal) vagy a kereskedővel való kapcsolatfelvétel részletei (58 weboldal).

A Bizottság felszólította a platformokat, hogy maradjanak továbbra is éberek és adjanak rendszeresen visszajelzést a Bizottságnak és a fogyasztóvédelemmel foglalkozó hatóságoknak.

A sweep háttéréről [itt](#) olvashat.

Budapest, 2020. május 26.

Gazdasági Versenyhivatal

Információ a sajtó részére:

sajto@gvh.hu

<http://www.gvh.hu>

tel: (+36-30) 180-2060

További információk:

GVH Ügyfélszolgálat

tel: (+36-1) 472-8851

e-mail: ugyfelszolgalat@gvh.hu

<http://www.gvh.hu>