

## A jövőben átláthatóbban tünteti fel az árakat a CCC

*A GVH Versenytanácsa a cég kötelezettségvállalásainak elfogadásával zárta le az eljárást*

**Budapest, 2024. szeptember 27.** – A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) Versenytanácsa elfogadta a CCC Kft. vállalásait és jogsértés vagy annak hiányának megállapítása nélkül lezárta az eljárást. A cég részben már az eljárás során is beszüntette kifogásolt árfeltüntetési gyakorlatait, emellett pedig vállalta a tartós leárazásaival kapcsolatos kommunikációjának megváltoztatását. A nemzeti versenyhatóság 2023-ban indított versenyfelügyeleti eljárásokat három hazai online ruha- és cipőkereskedővel szemben. A CCC vizsgálata az első, melyet lezárt a GVH.

A Gazdasági Versenyhivatal [2023 nyarán indított vizsgálatot három nagy hazai ruha- és cipőkereskedő webáruház](#) – a CCC, az Answear és az About You – magyar, lengyel, illetve német üzemeltetőjével szemben, mivel feltehetően jogsértő módon tüntették fel az akcióként hirdetett termékek árait. A cégek egyes esetekben több különböző eredeti/ korábbi árat jelentettek meg egyszerre, gátolva a kedvezmény valós mértékének meghatározását és a fogyasztók tudatos döntéshozatalát.

Az akciók és kedvezmények mértékének, illetve azok viszonyítási alapjának valós és világos ismertetése kiemelt fontosságú elvárás a fogyasztók szempontjából, hiszen ez teszi lehetővé számukra a termékárak megfelelő összevetését, az akciók keretében kínált előnyök, megtakarítás megítélését.

A nemzeti versenyhatóság – a három versenyfelügyeleti eljárás közül – elsőként a CCC-vel szemben folytatott vizsgálatot zárta le. A vállalkozás együttműködő volt a Versenyhivatallal, már az ügyindítást követően felhagyott a GVH által vizsgált egyes árfeltüntetési gyakorlataival. A CCC vállalta, hogy a jövőben csak kettő árat tüntet fel az akciók során, az éppen aktuális kedvezményes árat, és az árrendeletben előírt, akciót megelőző 30 nap legalacsonyabb árat.

A cég vállalta továbbá, hogy tartós leárazásban résztvevő termékeit legfeljebb 60 napig – avagy amennyiben a 60 nap végén ismét csökkenti az árat, akkor legfeljebb további 60 napig hirdeti akciós termékként. Ezzel elkerülhető, hogy a túl hosszú akciós értékesítés váljon meghatározóvá, ezzel pedig a feltüntetett megtakarítás ténye megkérdőjeleződjön. A CCC emellett lemondott azon jogáról, hogy a folyamatos többszörös leárazások után is a legelső akció előtti 30 nap legalacsonyabb árat tüntesse fel. Ez biztosítja, hogy a fogyasztóknak kimutatott kedvezmény mértéke nem egy hónapokkal korábbi, jelentőségét az idő előrehaladtával elvesztő árhoz képest kerül kiszámításra, hanem tényleges megtakarítást tükröz.

A GVH Versenytanácsa mérlegelte a cég komplex vállaláscsomagját, és úgy ítélte meg, hogy az kellő mértékben és tartósan orvosolja a felmerült problémákat. Ennek megfelelően a Versenytanács a kötelezettségvállalás elfogadásával és kötelezővé tételével – jogsértés vagy annak hiányának megállapítása nélkül – lezárta az ügyet. A vállalások teljesítését a GVH utóvizsgálatban teljeskörűen és maradéktalanul fogja ellenőrizni.

A CCC ügye arra világít rá, hogy bár szezonális termékeknél a tartós leárazások a termékek jellegéből fakadnak, és alapvetően kedvezőek a fogyasztók számára, a vállalkozásoknak ilyen termékeknél is ügyelniük kell arra, hogy ha túlságosan hosszú ideig hirdetnek egy terméket akcióként, akkor idővel az eredetileg feltüntetett kedvezmény mértéke, illetve maga az akció ténye is látszólagossá válhat.

A GVH felhívja a vállalkozások figyelmét, hogy 2022 májusa óta a hazai kereskedőnek is [egyértelműbb szabályok szerint kell feltüntetniük az árakat](#) annak érdekében, hogy a fogyasztók tájékozottan mérlegelhessék az akciós ajánlatokat. A nemzeti versenyhatóság ezért az utóbbi években kiemelt figyelmet fordít a vállalkozások árfeltüntetési gyakorlatára. A fentebb említett jogszabályváltozást követően a GVH még 2022-ben [átfogó gyorselemzést \(ún. sweepet\) indított](#) annak vizsgálatára, hogy a ruházati termékeket forgalmazó hazai webshopok milyen lépéseket tettek a fogyasztók megfelelő tájékoztatásáért.

### **Az egyértelmű árfeltüntetés fontossága**

A GVH tapasztalatai szerint egyes kereskedők több ravasz trükköt is alkalmaznak az árkedvezmény benyomásának keltésére. Ilyenek a felárazás, a gyártó által ajánlott magasabb ár feltüntetése, vagy az akciós árhoz képest magasabb, de soha nem alkalmazott fiktív „eredeti” ár közlése. Gyakori az a manipuláció is, amikor árak tömkelegével vonják el a fogyasztó figyelmét és zavarják meg az ügyleti döntését. Az ilyen megtévesztésen alapuló többletbevétel azonban tisztességtelen profithoz vezet. 2022. május 28-tól hazánkban is szigorúbb rendelkezések léptek életbe a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok törvényi szabályozásában. Az árfeltüntetés tekintetében a kereskedőknek **egyértelműen világossá kell tenni a fogyasztó számára, hogy mi volt az akciót megelőző legalább 30 napban alkalmazott legalacsonyabb ár** és ehhez képest mekkora a kedvezményes ár.

A gyorselemzés eredményei alapján a hatóság [több javaslatot fogalmazott meg a kereskedők felé](#), amelyeket egy edukációs videóban is összefoglalt. A [videó közérthető módon, pozitív és negatív példákon keresztül mutatja be a jogi követelményrendszert](#), segítséget nyújtva a vállalkozások számára a jellemző árfeltüntetési problémák kezelésében.

Az ügy hivatali nyilvántartási száma: **VJ/17/2023.**

### **GVH Közszolgálati kommunikációs és Külkapcsolati Iroda**

További információ:

Horváth Bálint, kommunikációs vezető +36 20 238 6939

Gondolovics Katalin, sajtószóvivő +36 30 603 1170