

A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) az alábbi kérdésével kapcsolatban:

A fekete péntek és az ehhez hasonló nagy kereskedelmi akciók esetében beszélhetünk-e fokozottabb ellenőrzésről az áruházakban, boltokban? Ha igen, ez pontosan mit takar, ilyenkor mire figyelnek a "revizorok"? Az ellenőrzés időpontját bejelentik?

A fogyasztóknak az ilyen alkalmakkor mire érdemes figyelniük? (Pl. árösszehasonlítás más üzletek ugyanazon termékeivel?)

Laikusként megállapítható-e az, hogy egy termék árát szándékosan "vitték fel", hogy aztán hatalmas akcióról beszélhessen az adott üzlet? Ez a módszer büntetendő-e, valamint jelezheti-e valamilyen fórumon a fogyasztó, ha ilyet tapasztal? Ha igen, mi a bejelentés módja?

Az elmúlt évek tapasztalatai alapján a black friday idején előfordulhat, hogy egyes termékekből nem áll rendelkezésre elegendő mennyiség az adott üzletben. Ha megtörtént a megrendelés és a kifizetés, a fogyasztó milyen esetekben kaphatja vissza a pénzét, még az áru kézhez vételét megelőzően? Egyáltalán: ilyen esetben mennyire ajánlott előre (online vásárlás esetén) elutalni vagy (személyes vásárlás esetén) kifizetni az összeget?

Ha a kereskedők irreálisan alacsony árat tüntetnek fel egy terméknel, az üzlet köteles azon az áron eladni a terméket a vásárlónak? Vagy az összeg a pénztárnál / az online bevásárlókosárba kerülést követően módosulhat a reális árra? (Mi számít irreális árnak, hány százalékos árcsökkenés?)

Fejér megyében tudnak-e olyan üzletről, amely az elmúlt 1 évben – hasonló akciók keretében (black friday, nyárvégi leárazás, adventi hétvégi akció stb.) – megsértette az előírt szabályok egyikét-másikát? Ha igen, hány ilyen üzletről beszélhetünk, mely településeken, és mi volt a "vétség" alapja?

Ha már fekete: léteznek Fejér megyében "feketelistás" üzletek? Olyanok, ahol több szabályszegés is előfordult már az akciók, árak kapcsán? Ha igen, ezeknek a listája megtekinthető valamilyen fórumon?

Mi a hivatal álláspontja azzal a kereskedői gyakorlattal kapcsolatban, hogy az általában / korábban ingyenes csomagküldés az akció idejére fizetőssé válik?

a következő válaszokat adja:

A fekete péntek és az ehhez hasonló nagy kereskedelmi akciók esetében beszélhetünk-e fokozottabb ellenőrzésről az áruházakban, boltokban? Ha igen, ez pontosan mit takar, ilyenkor mire figyelnek a "revizorok"? Az ellenőrzés időpontját bejelentik?

Kiemelendő, hogy a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok közül azok a jogsértések tartoznak, melyeknél a verseny érdemi érintettsége fennállhat (pl. országosan fogható TV csatornán, országos terjesztésű sajtóban terjesztett reklámok). A fogyasztói döntéshozatal torzítása ugyanis –

amennyiben széles körben valósul meg – alkalmas lehet arra, hogy a versenyfolyamatokat is torzítsa.

Fogyasztóvédelmi típusú eljárásaiban a GVH nem végez a fogyasztóvédelmi hatóságéhoz hasonló áruházi ellenőrzéseket. Ezek tematikája, megszervezése tekintetében az ITM tud részletes felvilágosítást adni.

A fogyasztóknak az ilyen alkalmakkor mire érdemes figyelniük? (Pl. árösszehasonlítás más üzletek ugyanazon termékeivel?)

Az akció, különösen a jelentős megtakarítás ígérete erőteljesen befolyásolja a fogyasztói döntéseket, és e hatás fokozottan érvényesül a karácsony előtti időszakban. Fontos azonban, hogy a vásárlók ilyenkor is körültekintően járjanak el. Érdemes vásárlás előtt tekintettel lenni a GVH [tájékoztatóira](#), melyekben a Hivatal összegezte a lényegesebb információkat a fogyasztók számára például [az internetes vásárlások alkalmával](#), illetve az [áruházláncok akciótartási gyakorlatával kapcsolatban](#).

Laikusként megállapítható-e az, hogy egy termék árát szándékosan "vitték fel", hogy aztán hatalmas akcióról beszélhessen az adott üzlet? Ez a módszer büntetendő-e, valamint jelezheti-e valamilyen fórumon a fogyasztó, ha ilyet tapasztal? Ha igen, mi a bejelentés módja?

Ha a kereskedők irreálisan alacsony árat tüntetnek fel egy terméknel, az üzlet köteles azon az áron eladni a terméket a vásárlónak? Vagy az összeg a pénztárnál / az online bevásárlókosárba kerülést követően módosulhat a reális árra? (Mi számít irreális árnak, hány százalékos árcsökkenés?)

Egyes ár-összehasonlító weboldalak nyomon követik a termékek időbeli árváltozásait, amely vásárlás előtt támpontot adhat a fogyasztók számára.

Egy terméknek lényeges, a fogyasztói döntés szempontjából alapvető tulajdonsága az érte fizetendő ár. A fogyasztói döntési folyamatban ugyancsak lényeges körülménynek minősül, hogy a fogyasztókkal (reklámok révén vagy más módon) közölt akciós áron történő vásárlás esetén a fogyasztó részesül-e árkedvezményben, s ha igen, akkor az akció időtartama alatti vásárlás milyen mértékű megtakarítást tesz lehetővé a nem akciós áron történő vásárláshoz képest.

A két lényeges, adott esetben a kereskedelmi kommunikációban is megjelenített (egyébként is szorosan összefüggő) körülményt a kereskedelmi kommunikáció vonatkozásában összekapcsolja az a vállalkozás által követett gyakorlat, amikor a fogyasztóval ismertetésre kerül az akciós ár és a nem akciós („régii”) ár, amely révén a fogyasztó tájékoztatást kap

- egyrészt az adott termékért az akció időtartama alatt fizetendő árról,
- másrészt az adott termék akció időtartama alatt történő megvásárlásával a nem akciós árhoz képesti megtakarításról.

Megtévesztésre alkalmas magatartásnak minősül, ha

- az adott vállalkozás ténylegesen nem az általa valamely formában, így adott esetben akciós újságban meghirdetett, a fogyasztókat megcélzó tájékoztatásában szereplő áron értékesíti az adott terméket, hanem annál drágábban (a fogyasztónak az üzletben az előzőleg közölnél magasabb árat kell fizetnie),

- a fogyasztó ténylegesen nem a közölt akció előtti ár és az akciós ár közötti különbségben megnyilvánuló árkedvezményben részesül, s így nem valósul meg az ígért megtakarítás (pl. a fogyasztónak nem a közölt akciós árat kell megfizetnie, illetve az akciót megelőzően nem került alkalmazásra a kedvezmény alapjaként feltüntetett nem akciós ár).

Tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, amikor

a) a vállalkozás nem teszi lehetővé az akció időtartama alatt a fogyasztók számára, hogy a kereskedelmi kommunikációban közölt akciós áron vásárolják meg az árut, hanem ténylegesen annál magasabb árat alkalmaz [a kedvezmény mértékét is valamilyen módon feltüntető kereskedelmi kommunikáció kapcsán lásd a b) pontot], illetve

b) az akció időtartama alatt történő vásárlással ténylegesen nem a közölt mértékű kedvezmény érhető el, mivel

ba) a fogyasztónak ténylegesen nem a kedvezményes, hanem annál magasabb árat kell megfizetnie [lásd az a) pontot], ami egyben azt is jelenti, hogy a kedvezmény ígért mértéke sem valós,

bb) a közölt nem akciós magasabb árat korábban nem alkalmazta a vállalkozás, azzal, hogy lehetőség van egy korábban nem forgalmazott áru bevezető akciós áron történő árusítására, amennyiben az árunak az akció utáni időszakra vonatkozó ártörténete igazolja, hogy a bevezető akció kapcsán ígért kedvezmény valós kedvezmény volt (az akció lezárultát követően a feltüntetett magasabb ár minősült jellemző árnak),

bc) a magasabb árat ugyan alkalmazta korábban a vállalkozás, de a magasabb ár a kedvezményes (akciós) ár alkalmazását közvetlenül megelőző időszakban

bca) nem érvényesült,

bc) csak kivételesen, illetve átmeneti jelleggel (pl. ésszerűtlenül rövid ideig) érvényesült, ami által a feltüntetett magasabb ár nem minősíthető az akciót megelőző időszak jellemző árának.

A bc) pontban ismertetett esetben nem valósul meg az a követelmény, miszerint adott vállalkozás a kereskedelmi forgalomban jellemző árhoz képest tüntesse fel a megtakarítás, az árengedményben való részesülés lehetőségét. Ezzel kapcsolatban veendő figyelembe az is, hogy a folyamatosan, huzamosabb ideig alkalmazott akciós ár az áru jellemző árának minősülhet, amire egy újabb akció során szerepeltetni kívánt magasabb ár kapcsán tekintettel kell lenni.

A GVH egy másik döntésében azt is megállapította, hogy a fogyasztók befolyásolása során nem csak az adott áru tényleges fogyasztói ára, hanem az árkedvezményes jellege is befolyásoló tényező lehet. A fogyasztó döntési folyamatát befolyásolja már önmagának annak közlése is, hogy valamely ár kedvezményes, mivel ez azt az üzenetet közvetíti a fogyasztó számára, hogy számára kedvező lehetőséget jelent az adott áru megvásárlása, mivel más körülmények között nem ez az ár érvényesül. A fogyasztók megtévesztésére alkalmas valamely árnak a kedvezményes jellegéről adott tájékoztatás, ha a kedvezményes jelleg ténylegesen nem áll fenn.

A GVH felé bárki élhet panasszal vagy bejelentéssel az általa észlelt, feltételezhetően jogsértő kereskedelmi gyakorlatokkal kapcsolatban. Mivel, amint jeleztük, a GVH hatásköre a jogszabályi rendelkezések alapján csak a versenyt érdemben érintő esetekben áll fenn, mindenképp érdemes előtte áttekinteni a Hivatal tájékoztatóit arról, hogy [mikor érdemes a GVH-hoz fordulni](#), és [milyen esetekben más hatósághoz](#).

Az elmúlt évek tapasztalatai alapján a black friday idején előfordulhat, hogy egyes termékekből nem áll rendelkezésre elegendő mennyiség az adott üzletben. Ha megtörtént a megrendelés és a kifizetés, a fogyasztó milyen esetekben kaphatja vissza a pénzét, még az áru kézhez vételét megelőzően? Egyáltalán: ilyen esetben mennyire ajánlott előre (online vásárlás esetén) elutalni vagy (személyes vásárlás esetén) kifizetni az összeget?

A törvény tiltja valamilyen áru meghatározott áron való vásárlására felhívását annak elhallgatásával, hogy a vállalkozásnak alapos oka van azt feltételezni, hogy az adott (vagy azt helyettesítő) árut a kínált áron nem fogja tudni - az árura, a vonatkozó kereskedelmi kommunikáció hatókörére és az ajánlati árra figyelemmel - megfelelő időtartamig és mennyiségben szolgáltatni, vagy más vállalkozástól beszerezni. Ha a vállalkozás ilyen magatartása érdemben érinti a versenyt, a GVH eljárhat vele szemben.

A fogyasztó és a vállalkozás közötti polgári jogi és egyéb viszonyok tekintetében viszont a GVH nem rendelkezik hatáskörrel, a köztük fennálló egyedi jogvitákat nem kezeli. Az egyéni jellegű panaszokkal, jogvitákkal kapcsolatban a fogyasztó elsősorban egyeztethet a vállalkozással, ennek eredménytelensége esetén pedig a Békéltető Testületek, a fogyasztóvédelmi hatóság segítségét kérheti, illetve közvetlen bírósági utat is igénybe vehet.

Fejér megyében tudnak-e olyan üzletről, amely az elmúlt 1 évben – hasonló akciók keretében (black friday, nyárvégi leárazás, adventi hétvégi akció stb.) – megsértette az előírt szabályok egyikét-másikát? Ha igen, hány ilyen üzletről beszélhetünk, mely településeken, és mi volt a "vétség" alapja?

Ha már fekete: léteznek Fejér megyében "feketelistás" üzletek? Olyanok, ahol több szabályszegés is előfordult már az akciók, árak kapcsán? Ha igen, ezeknek a listája megtekinthető valamilyen fórumon?

Amint említettük, a GVH a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok körében a versenyt érdemben érintő esetekben járhat el, ezért az egyetlen megyére kiterjedő gyakorlatok általában nem tartoznak a Hivatal hatáskörébe. A GVH szabott már ki versenyfelügyeleti bírságot a fogyasztókat megtévesztő [adventi hétvégi](#) akció miatt olyan üzletláncra, melynek vannak áruházai Fejér megyében is.

A Hivatal emellett jelenleg is versenyfelügyeleti eljárást folytat két [jelentősebb](#) webáruház [Black Friday akciói miatt](#), amelyek országosan, így a Fejér megyei fogyasztókkal szemben is feltételezhetően tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytathattak. A folyamatban lévő eljárásokkal kapcsolatban kiemelnénk, hogy azok ténye nem jelenti annak kimondását, hogy az eljárás alá vont vállalkozások a jogsértést elkövették. A versenyfelügyeleti eljárás a tények tisztázására, és ezen keresztül a feltételezett jogsértés elkövetésének bizonyítására irányul.

A GVH döntéseiről az érdeklődők a [honlapunkon tájékozódhatnak](#).

Az ITM által közzétett jogsertowebaruhazak.kormany.hu oldalon a hatóság mellett a GVH és a bíróságok megfelelő döntésein keresztül lehet információt szerezni a korábban jogsértő webáruházakról.

A Black Friday alatt, illetve hasonló akciós időszakok idején történő vásárlások előtt a fogyasztóknak érdemes áttekíteniük a [Versenyügyi Tanácsadó Iroda tanácsait](#), az [ITM által közzétett fogyasztóvédelmi tanácsokat](#), illetve a [GVH Facebook oldalát](#) is.

Mi a hivatal álláspontja azzal a kereskedői gyakorlattal kapcsolatban, hogy az általában / korábban ingyenes csomagküldés az akció idejére fizetőssé válik?

Amennyiben a fogyasztó számára – a megjelenés egyedi körülményeit tekintve - időszerűen és egyértelműen kiderül a szállítási díj ténye és mértéke, az ilyen gyakorlat fogyasztóvédelmi szempontból (általános jelleggel, a konkrétumok ismerete nélkül valószínűsítve) nem kifogásolható.

Budapest, 2019. november 27.

Gazdasági Versenyhivatal