

A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) az alábbi kérdésével kapcsolatban, így

*Hoztak-e már határozatot olyan megtévesztő akció miatt, amelyiknél egy korábbi, alacsonyabb árat emeltek fel az akció előtt, hogy utána „akcióként” hirdessék?*

az alábbi tájékoztatást adja.

A GVH korábbi ügyeiből fenti kérdésére az alábbi, elvi jellegű megállapítások relevánsak:

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 („rég”) 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).

Az ügyről kiadott sajtóközleményünket [itt](#), a GVH határozatát pedig [itt](#) olvashatja.

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,

bcbb) 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 határozatát [itt](#) olvashatja.

A GVH egy másik döntésében szintén megállapította, hogy egy árunak lényeges, a fogyasztói döntés szempontjából alapvető tulajdonsága az érte fizetendő ár. A fogyasztók befolyásolása során ugyanakkor nemcsak 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.

Az ügyről kiadott sajtóközleményünket [itt](#), a GVH határozatát pedig [itt](#) olvashatja.

A GVH ilyen tárgyú legutóbbi döntésében szintén lényeges kérdés volt, hogy a közölt nem akciós magasabb árat korábban ténylegesen alkalmazta-e a vállalkozás, mivel a fenti, a Versenytanács elvi jelentőségű döntése szerint *tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, amikor az akció időtartama alatt történő vásárlással ténylegesen nem a közölt mértékű kedvezmény érhető el, mivel a közölt nem akciós magasabb árat korábban nem alkalmazta a vállalkozás.*

Az ügyről kiadott sajtóközleményünket [itt](#), a GVH határozatát pedig [itt](#) olvashatja.

Budapest, 2017. november 22.

Gazdasági Versenyhivatal