



BÁCS-KISKUN MEGYEI KORMÁNYHIVATAL

A reklámozás buktatói, avagy mire figyeljen a vállalkozás kereskedelmi kommunikációjában az árral kapcsolatban



A vállalkozások előtt számos lehetőség áll reklámjaikat, akciós hirdetéseiket eljuttatni a célközönséghez, azaz a fogyasztók felé. Erre alkalmas színteret adhatnak a közterületek, időszaki lapok, reklámújságok, szórólapok, valamint a rádió, televízió és az internet nyújtotta hirdetési felületek. Az év minden szakaszában kiemelkedően fontos a jogszabályi előírásoknak való megfelelés, ugyanakkor az év vége felé, az ünnepekhez közeledve a fogyasztóvédelmi hatóság szeretné felhívni a figyelmet a reklámozás kapcsán történő árfeltüntetés megfelelő betartására. Ezen kiemelt időszakban ugyanis egyre több akció, kedvezményes ajánlat keretében próbálnak a vállalkozások fogyasztást, vásárlást indukálni. Ennek megfelelően a hatóság ebben az időszakban prioritásként kezeli az akcióval érintett termékek vizsgálatát, melynek során többek között arról kíván meggyőződni, hogy a vállalkozások biztosítják-e a fogyasztók számára a beígért kedvezményeket.

Jelen cikk preventív jelleggel arra törekszik, hogy az ünnepek alatt megnövekedett forgalom, akciós dömping mindkét félnek, – jelen esetben a fogyasztóknak és a vállalkozásoknak egyaránt – pozitív végkicsengéssel záruljon:

Tekintettel a XXI. század felgyorsult fejlődési tendenciáira, nagymértékben megnövekedett azon csatornák száma, melyen keresztül a reklámok célba érnek, eljutnak az adott fogyasztói célcsoporthoz. A reklámok mindennapi életünk részévé váltak, a gazdasági életet már el sem lehet képzelni nélkülük. A hirdetések alapvető funkciója az informálás, ugyanakkor erőteljesen képesek befolyásolni a fogyasztói vagyoni érdekeket, az üzleti döntés meghozatalát.

A vállalkozások jogkövető magatartásának sok esetben az az akadálya, hogy – tekintettel a szabályozás széleskörű, ugyanakkor speciális voltára – nincsenek tisztában az alapvető fogyasztóvédelmi, reklám- és versenyjogi rendelkezések által támasztott követelményekkel.

Szükséges a figyelmet felhívni arra, hogy a reklámok tekintetében az árfeltüntetés nem kötelező. Amennyiben azonban a reklámozó mégis úgy dönt, hogy a reklámban az árakról is tájékoztatni kívánja a fogyasztókat, akkor annak meg kell felelnie az alábbiakban ismertetett követelményeknek¹:

- az árakat egyértelműen, könnyen azonosíthatóan, tisztán olvashatóan kell megjeleníteni;
- Magyarország törvényes fizetőeszközében kifejezve, a fizetőeszköz nemét (forint), vagy annak rövidítését (Ft) megjelölve kell feltüntetni az árakat;
- ha a termékre vonatkozó kereskedelmi kommunikáció megjelöli a termék eladási árát, az egységárat is meg kell adni;
- a termék eladási áráként és egységáráként, illetve a szolgáltatás díjaként a fogyasztó által ténylegesen fizetendő, az általános forgalmi adót és egyéb kötelező terheket is tartalmazó árat kell feltüntetni.

¹ Fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény (továbbiakban Fgytv.) 14. §

Az alábbiak az árfeltüntetéssel kapcsolatosan leggyakrabban elkövetett hibákat szemléltetik:

1.

A kiírt ár nem felel meg az egyértelműség, könnyen azonosíthatóság, tisztán olvashatóság, forintban kifejezettség követelményeinek.

Ezen körülmények fennállása esetén sérülhet a fogyasztó tájékoztatáshoz való joga. Ennek megelőzésére figyelemmel kell kezelni, hogy az adott terméket a kiírt árhoz lehessen kapcsolni, hogy ne legyen elmosódva a feltüntetett ár, és kerüljön feltüntetésre az „Ft” vagy a „forint” vagy a „HUF” megjelölés. Az is megfelelő gyakorlat lehet a vállalkozások részéről, ha az üzletben elhelyeznek egy feliratot, melynek tanúsága szerint az árak forintban értendők.



Számos esetben tapasztalható, hogy az akciós termékek áráról egy lista kerül kihelyezésre, melyen a legkisebb betűnagysággal van feltüntetve az információ. Ez a gyakorlat nem feleltethető meg a jogszabály előírásainak², hiszen sérti a jól olvashatóság és könnyen azonosíthatóság követelményeit.

2.

Számos esetben előfordul, hogy pl. „650.- Ft + ÁFA” ármegjelölés kerül feltüntetésre az adott reklámban, mely figyelembe véve a jogszabályi rendelkezést,³ nem megfelelő, mert a termék eladási áráként és egységárként, illetve a szolgáltatás díjaként a fogyasztó által ténylegesen fizetendő, az általános forgalmi adót és egyéb kötelező terheket is tartalmazó árat kell feltüntetni.

3.

Kedvezmény alkalmazása esetén nem elégséges az eredeti eladási ár mellé a kedvezmény mértékének (pl. -20%) feltüntetése, hiszen a fogyasztó által ténylegesen fizetendő végső árat összességében is meg kell jelölni a jogsértés elkerülése végett.

Szintén többször előforduló hiba, amikor az üzlet kirakatában megjelenik, hogy „-20% AKCIÓ” bizonyos termékekre, viszont az üzletben megtalálható termékek az eredeti áron vannak beárazva és a pénztárnál kerül levonásra a termék árából a -20%. Ebben az esetben akkor jár el helyesen a vállalkozás, ha áthúzza az eredeti árat és feltünteteti mellette a 20%-kal csökkentett végső árat, vagy ha csak a 20%-kal csökkentett végső árat tünteti fel, hiszen így egyik esetben sem kényszeríti a fogyasztót számolgatásra, világosan és egyértelműen kiderül a termék valós, ténylegesen fizetendő ára.



4.

Az egyértelműség követelményének vizsgálata során jogszabályba ütköző ártájékoztatásnak minősül a „-tól -ig” típusú árkiírás. Ennek feloldására lehet megoldás, hogy az egyes termékeken feltüntetésre kerülnek a konkrét eladási árak is.

5.

Többször előforduló hiba az egységárak feltüntetésének elmaradása, melynek döntő szerepe van a fogyasztói ügyleti döntés kialakításában, hiszen ez alapján lehet kiszerezéstől függetlenül összehasonlítani az adott termékeket.



Az egységárat:

- a tömegre értékesített terméknél kilogrammonként (Ft/kg) vagy - ha ez a termék jellegéből adódóan megkönnyíti az összehasonlítást – grammonként (Ft/g), dekagrammonként (Ft/dkg) vagy tonnánként (Ft/t),

² Fgytv. 14. § (3) bekezdése

³ Fgytv. 14. § (5) bekezdése

- a térfogatra értékesített terméknel literenként (Ft/l), vagy - ha ez a termék jellegéből adódóan megkönnyíti az összehasonlítást - milliliterenként (Ft/ml), centiliterenként (Ft/cl), deciliterenként (Ft/dl), illetve köbméterenként (Ft/m³),
- a hosszúságra értékesített termékeknel méterenként (Ft/m),
- a felület esetén (Ft/m²),
- a kizárólag darabra értékesített terméknel darabonként (Ft/db),
- a tojás kiegészítő kg árát kell feltüntetni.

Nem kell feltüntetni az egységárat az 50 g, 50 ml vagy 5 cm alatti csomagolási egységű vagy méretű termékek, valamint az automatából értékesített, a csomagok-készletek, a díszcsomagolású termékek és ételcsomagok esetében.

6.

Számos esetben előforduló hiba a vállalkozások részéről, hogy kint marad az akciót hirdető tábla az akciós időszak lejárata után is, vagy éppen az akció időszak kezdetét megelőzően már kihelyezésre kerül. Ezen esetekben megállapítható a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot megvalósító jogsértő magatartás, hiszen a meghirdetett akciós árnál magasabb eladási áron (eredeti eladási áron) juthat hozzá a fogyasztó az adott termékhez. Hasonlóan a fentiekhez a pénztárgépek aktualizálásának elmaradása is megalapozza a jogsértést.



Szükséges figyelmet fordítani arra is, hogy az akcióval érintett, kiemelt helyre, kínáló sorra kihelyezett termékek az eredeti megtalálási helyükön is az akciós, végső fizetendő árral feltüntetetten kerüljenek kihelyezésre.

A vállalkozások tehát a különféle kedvezmények alkalmazásával sikeresen növelhetik forgalmukat, eredményességüket. Azonban a prevenció jegyében, érdemes szem előtt tartani a fentebb említett gazdasági reklámtevékenységre vonatkozó egyes rendelkezések betartását is, az esetlegesen a fogyasztók számára nehezen értelmezhető, félreértésekre és ez által panaszokra okot adó reklamációk elkerülése érdekében.

Kecskemét, 2015. november 10.

Bács-Kiskun Megyei Kormányhivatal
Műszaki Engedélyezési és Fogyasztóvédelmi Főosztály
Fogyasztóvédelmi Osztály