

ÖNSZABÁLYOZÓ
REKLÁM TESTÜLET
REKLÁM. TISZTÁN



V. Magyar Versenyjogi Fórum panelbeszélgetés

Fazekas Ildikó
2022. Szeptember 6.

Értelmezési kérdés/1

- A rendelet nem vonatkozik a „romlandó” - „minőségi idejét rövid ideig megőrző” termékekre (e fogalmakat jogszabály nem határozza meg)

Javaslat: élelmiszerek esetén az élelmiszerjogi szabályok alapján értelmezzék:

- Romlandó termékek: minden olyan termék, amely fogyaszthatósági idővel rendelkezik (ezek a termékek rendszerint hűtést igényelnek, illetve a fogyaszthatósági idő elteltét követően nem alkalmasak emberi fogyasztásra; a fogyaszthatósági idő általában nem haladja meg a 2-3 hónapot).
- Minőségüket rövid ideig megőrző termékek: azt javasoljuk, hogy kezeljük ilyennek
 - a rövid minőségmegőrzési idővel rendelkező termékeket (amelyek egyébként a minőségmegőrzési idő elteltét követően csak rövid ideig fogyaszthatóak); az egységes jogalkalmazás érdekében határozzuk meg 90 napban a rövid minőségmegőrzési idő tartalmát (a 90 napos időtartam igazodik a fogyaszthatósági idő tartamához, nem aránytalanul hosszú); és
 - a hosszabb minőségmegőrzési idővel rendelkező termékek közül azokat, amelyek a minőségmegőrzési idejük utolsó 90 napjába lépnek.



Értelmezési kérdés/2

- Meddig új a termék? – mi lesz a szezonális termékek akcióival? (elmúlt szezon áraihoz lehet hasonlítani?)
- Javaslat: a Bizottsági közleményt vegye alapul a magyar hatóság, az egyszer már forgalomba hozott és egy megszakítási időszak után ismét eladásra kínált termék esetén (pl. szezonális termékeknél), az alábbi feltételek érvénysüljenek:
 - az árut összesen legalább 30 napig kínálták eladásra a megszakítás előtti referencia-időszak alatt (pl. az elmúlt évben), valamint
 - a feltüntetett „korábbi” ár a teljes referencia-időszak legalacsonyabb ára.



Értelmezési kérdés/Közzététel

1. Országos médiakampány (pl. reklámújság esetén) egy-egy bolt saját akciót csinálhat (pl. készlet beragadás esetén), ez esetben nem lehet országosan kommunikálni az árat?
2. Országos médiakampány esetén
 - hosszú a gyártási (átfutási) idő, nehéz megállapítani és kommunikálni az elmúlt 30 nap árát.
 - Az ár a „hívó szó”, ezért a régi ár hangsúlyos feltüntetése (no és a rádióreklámban?) ne legyen megtévesztő a fogyasztó számára



Ingyenesség kérdése

1. Gyártói oldalról: ajándék, hozzácsomagolás, „zsiráf termék” – kommunikálási nehézségei (nem a gyártó határozza meg az árat)
2. Egyet fizet kettőt kap – nem esik az árrendelet hatálya alá...
3. Gyftv - Patikában nem lehet ajándékot adni (de egy EAN szám alatt hozzácsomagolás) „ajándék csomag” lehet



Köszönöm a figyelmet!

Fazekas Ildikó

Igazgató

Önszabályozó Reklám Testület

