



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

Fiktív kedvezmények a Hervisnél

Nem valóságos kedvezménnyel voltak megvásárolhatók egyes akciós termékek a Hervis sportáruház-lánc üzleteiben, mert a vállalkozás a kedvezmény alapjául feltüntetett áron sohasem forgalmazta azokat. A fogyasztók megtévesztése miatt a Hervis 26 millió forintos bírságot kapott.

A sportszerek, sport- illetve szabadidőruházati termékek árusításával foglalkozó, 18 áruházzal rendelkező Hervis Kft. 2007. június 1. és 2008. március 13. között többször hirdetett akciót. A kedvezményes vásárlás lehetőségére szórólapokon és internetes honlapján hívta fel a vásárlók figyelmét. A GVH vizsgálata azonban megállapította, hogy a hirdetések egy része alkalmas volt a fogyasztók megtévesztésére.

A Hervis ugyanis olyan árat tüntetett fel áthúzott árként, amelyet a kiskereskedelmi forgalomban az adott akció előtt ténylegesen fogyasztói árként soha nem alkalmazott, így nem tette lehetővé a fogyasztók számára a megtakarítás mértékének megállapítását. A szórólapokon feltüntetett két árkategóriából (akciós ár és "szállítók által megajánlott fogyasztói ár") számszerűsíthető volt egy különbözeti összeg, amely azonban a ténylegesen elérhető árkedvezményt nem tükrözte. A szállítók által megajánlott fogyasztói ár ugyanis több esetben jelentősen meghaladta a Hervis által ténylegesen alkalmazott, akció előtti árat. A tájékoztatás ezáltal azt a hamis látszatot keltette a fogyasztók számára, hogy a megtakarítás mértéke nagyobb a valóságnál.

Az ajánlott ár a szállító és a kiskereskedő közötti kapcsolathoz kötődik amely a GVH véleménye szerint a fogyasztók számára abban az esetben válhat értelmezhetővé, ha a kiskereskedelmi forgalomban ténylegesen megjelenő árként lehet vele számolni. A jelen esetben ugyanakkor a „szállító által megajánlott fogyasztói ár” fogyasztói árként nem jelent meg a kiskereskedelmi forgalomban, így a fogyasztók számára nem bírhatott valós jelentéstartalommal. Ennek ellenére a Hervis általános gyakorlata volt, hogy a „szállítók által megajánlott fogyasztói árat” használata az árkedvezmények kiindulási alapjaként.

A GVH szerint ugyancsak alkalmas lehet fogyasztók megtévesztésére az árkedvezménnyel kapcsolatos tájékoztatás, ha az áthúzással megjelenített árat az eljárás alá vont az akciós időszakot megelőzően csak átmeneti jelleggel alkalmazta, illetve az akciós időszakot megelőzően közvetlenül már nem alkalmazta. Ezen esetekben ugyanis nem valósul meg az a követelmény, miszerint adott vállalkozás a kereskedelmi forgalomban jellemző árhoz képest tünteti fel a megtakarítási lehetőséget. Ebben az esetben is igaz, hogy a feltüntetett kedvezmény nem sugallhat fiktív vagy túlzott megtakarítás lehetőségét.

Mindezek miatt a Hervis akcióiról kiadott tájékoztatások alkalmasak voltak a fogyasztók megtévesztésére, ezért a GVH 26 millió forint bírságot rótt ki a kereskedelmi vállalkozásra. A bírság összegének megállapítása során súlyosító körülményként értékelte a GVH, hogy a Hervis jelentős piaci szereplő és fiktív árkedvezménnyel kapcsolatos tájékoztatási gyakorlata a vizsgált időszak teljes intervallumában üzletpolitikájának részét képezte.

Az ügy hivatali nyilvántartási száma: **Vj-39/2008.**

Budapest, 2008. december 9.

Gazdasági Versenyhivatal
Kommunikációs Csoport

További információ:

Mihálovits András

Gazdasági Versenyhivatal

cím: 1054 Budapest, V. ker. Alkotmány u.5.

levél: 1245 Budapest, 5. Pf. 1036

tel: +36-30 618-6618

email: Mihalovits.Andras@gvh.hu

<http://www.gvh.hu>