

10. Segédanyag - Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok, reklámtilalmak

Akkor beszélhetünk tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatról, amikor egy kereskedő (eladó) olyan információkat közöl, melyek nem pontosak, nem valóságosak, és ezáltal megnehezíti, hogy a vásárlás alkalmával tudatosan tudj dönteni.

Példa:

Az egyik bevásárlóközpont reklámújságjában arra leszel figyelmes, hogy a következő héttől akciósan vásárolhatod meg édesapádnak a már régóta kiszemelt horgászfelszerelést. Az akció első napján azonban csalódottan veszed tudomásul, hogy nincs is a meghirdetett termékből. Mivel azonban már úgymint ott vagy az áruházban vásárolsz még néhány apróságot, habár ezeket nem itt szeretted volna megvenni. A kereskedő tehát elérte, hogy az Ő üzletében költsd el a pénzed.



Mit nevezünk megtévesztő kereskedelmi gyakorlatnak?

Akkor megtévesztő egy kereskedelmi gyakorlat (pl. reklám), ha valótlan információt tartalmaz, ezáltal megtéveszti, félrevezeti a vásárlót. Tehát például Te, mint vásárló, nem a termék tényleges tulajdonságai alapján, hanem téves, valótlan információk alapján döntöd el, hogy megvedd-e a hirdetett terméket.



További példák:

A „2-t fizet, 3-t kap”, valamint a „+ 50 % ingyen” típusú akciós termékek esetében megtévesztő, ha az akciós terméket az ajándék, illetve ajándékrész nélkül árusított termék árához képest magasabb áron értékesíti a kereskedő.

Szüleid az következő felhívásra lesznek figyelmesek: „*Csodát tesz és orvosolja gerincbántalmait!*” – Amennyiben egy eladó ilyen módon hirdeti termékét, tehát azt állítja, hogy az kedvezően hat az egészségre, köteles ennek tényét igazolni is. Sajnos nagyon sok kereskedő visszaél a vásárlók hiszékenységével, és elhiteti, hogy a termék használatával megszűnnek az egészségügyi problémák. Az ilyen hirdetéseknek célja a legtöbb esetben csupán az eladás ösztönzése.

„*Különleges ajánlat csak ma!*” – Biztosan Te is találkoztál már ilyen, vagy ehhez hasonló hirdetéssel, melyben a vásárlókat akarják azonnali vásárlásra ösztönözni, azt sugallva, hogy a termék csak a hirdetés napján, korlátozott számban áll rendelkezésre. Ilyen esetben gyakran megdöbbenően döntünk, és nem tájékozódunk megfelelően.

Mikor beszélhetünk agresszív kereskedelmi gyakorlatról?



Az agresszív kereskedelmi gyakorlat az, amely pszichés vagy fizikai nyomásgyakorlással (pl. fenyegetés; zaklatás telefonon, sms-ben, otthonodban) az adott helyzetben korlátozhatja a vásárló áruval kapcsolatos választási vagy magatartási szabadságát, illetve annak lehetőségét, hogy tájékozott döntést hozzon.

Példa:

Szüleidet több alkalommal is telefonon keresi fel egy vállalkozás, mely kedvező áron kínál utazási lehetőséget a családnak. Szüleid tanácstalanok, bizonytalanok, nem tájékozódtak megfelelően a hasonló utazási lehetőségekről, mindezek ellenére azonban a rendszeres telefonhívások és a kereskedő részéről történő személyes megkeresés (pszichés és fizikai nyomásgyakorlás) hatására elfogadják az utazási ajánlatot.

További példák agresszív kereskedelmi gyakorlatra:

"Saját érdekében azonnali visszahívását várom!"

"Szeretné, ha Önnel szemben kényszerintézkedéseket foganatosítanánk?"



Általános reklámtilalom

Tilos az olyan gyermek-, illetve fiatalkorúaknak szóló reklám, amely alkalmas a gyermek-, illetve fiatalkorúak fizikai, szellemi, érzelmi vagy erkölcsi fejlődésének kedvezőtlen befolyásolására.

Jó tudni, hogy például az óvodában, általános iskolában és általános iskolai tanulókat fogadó kollégiumban tilos a reklámtevékenység. E tilalom nem vonatkozik az egészséges életmódra és a környezet védelmére neveléssel összefüggő, továbbá a közéleti és kulturális tevékenység vagy esemény, valamint az oktatási tevékenység reklámjára.