**Jogsértő *Black Friday* reklám miatt bírságolt a GVH**

**A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) döntése szerint az Extreme Digital Zrt. (Extreme Digital) tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott 2015-ös *Black Friday* kampányában. A jogsértésért 20 millió forint bírságot szabott ki a GVH.**

A GVH az Extreme Digital 2015. november 20. napjára (Black Firday) hirdetett akciójának népszerűsítését vizsgálta. Az Extreme Digital kommunikációs kampányában azt ígérte a fogyasztóknak – például a *„Több száz termék vár rád csak egy napon át akár 70% kedvezménnyel!”* – szlogennel, hogy az akcióban nagymértékű kedvezménnyel érhetők el termékei.

A fenti promócióval kapcsolatos reklámok, tájékoztatások televízióban, illetve tv-interjúban, rádióban, újsághirdetésben, hírlevélben, blogposztokon, bannereken, PR cikkekben jelentek meg.

E reklámok értékelésekor a GVH kiemelt figyelemmel volt a kampány

* célzott jellegére (nagy nézettségű televíziós csatornák, nagy hallgatottságú rádiók, nagy látogatottságú honlapok, illetve hírportálokon, ár-összehasonlító weboldalakon látható bannerek),
* tárgyára (rendkívül kedvezményes vásárlási lehetőség), valamint
* időszakára (a világszerte ismert Black Friday akciós nap),

hiszen mindezekkel hatékonyan lehetett felkelteni a fogyasztók figyelmét, és így lehetővé vált a forgalom jelentős növelése.

A GVH megállapította, hogy az Extreme Digital tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, mert

* reklámjaiban megjelölt kedvezmény kizárólag olyan termékeknél volt elérhető, amelyek sem átlagáruk, sem pedig a jellegük alapján nem tekinthetők tipikus termékeknek,
* a kínált termékek mindössze kevesebb, mint 1%-a volt elérhető a reklámjaiban megjelölt *„akár 70%-os kedvezménnyel”*, illetve jóval kevesebb, mint 10%-a *„akár féláron”*.

A GVH gyakorlata értelmében az *„akár állítások”* megtévesztők, ha a promócióban elérhető termékek nem tekinthetők a vállalkozás által forgalmazott vagy a reklámban megjelölt termékkört illetően tipikus termékeknek, és az *„akár állítással”* érintett termékkör reálisan nem elérhető, azaz nem éri el a termékkínálat 10%-át.

A GVH a bírság kiszabásakor a kommunikációs eszközök költségeire alapozott.

A GVH súlyosító körülményként értékelte, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlat

* a fogyasztók széles körét érte el;
* erőteljes üzenetet közvetített, tekintettel az üzenet egyszerűségére, egyértelműségére, hangsúlyosságára és fogyasztói árra vonatkozó jellegére;
* eredményeként az Extreme Digital megrendeléseinek száma – és így bevétele is – jelentősen nőtt.

A GVH enyhítő körülményként értékelte, hogy a vállalkozás a jogsértés elkövetésekor kis- és középvállalkozásnak minősült.

Az ügy hivatali nyilvántartási száma: **Vj/65/2016.**

Budapest, 2017. november 16.

Gazdasági Versenyhivatal

|  |  |
| --- | --- |
| **Információ a sajtó részére:**dr. Basa Andrea, sajtószóvivőcím: 1054 Budapest, Alkotmány u. 5.tel.: (+36-1) 472-8902fax: (+36-1) 472-8898mobil: +3630 618-6618e-mail: basa.andrea@gvh.husajto@gvh.hu <http://www.gvh.hu>  | **További információk:**GVH Ügyfélszolgálatatel: (+36-1) 472-8851e-mail: ugyfelszolgalat@gvh.hu <http://www.gvh.hu>  |