

BGE NYVK	C1	Передача содержания текста	
Экзамен по деловому русскому языку		60 мин.	20 баллов
Модель			

***A megoldás piszkozatát erre a feladatlagra írhatja.
A megoldólapra a végleges megoldást írja.***

Передайте содержание текста приблизительно в 200 словах!

15 milliós bírság az „orosz pezsgőnek”

A Gazdasági Versenyhivatal megállapította, hogy a Royalsekt Zrt. megtévesztette a fogyasztókat a Szovjetszkoje Igrisztoje pezsgők népszerűsítése során, mivel a vállalkozás azt a látszatot keltette, hogy termékük orosz pezsgő, holott valójában Magyarországon, magyar alapanyagból készült.

A GVH határozata szerint a Royalsekt Zrt. által gyártott és forgalmazott Szovjetszkoje Igrisztoje pezsgőcsaládot népszerűsítő reklámokban megjelenő szövegek és képi megjelenítések alapján a fogyasztó azt gondolhatta, hogy a vállalkozás orosz pezsgőt, azaz Oroszországból importált pezsgőt vagy orosz alapanyagokból készülő terméket forgalmaz. Ezt támasztotta alá, hogy a reklámokban kiemelten szerepelt a termék megnevezése orosz nyelven, cirill betűkkel, valamint a reklámokban az orosz címerrel szinte mindenben megegyező ábra is szerepelt. Az orosz pezsgő látszatát keltette továbbá a „pezsgők cárja” szlogen is, amely alapján a fogyasztók szintén azt gondolhatták, hogy a reklámozott termék orosz pezsgő.

A GVH megállapította, hogy a Royalsekt Zrt. fenti tájékoztatásaival megtévesztette a fogyasztókat, ezért 15 millió forint bírságot szabott ki a vállalkozásra. A bírság meghatározásánál súlyosbító körülményként értékelték, hogy az intenzív kampánynak köszönhetően a reklámokkal a fogyasztók széles körét érte el a vállalkozás.

A Szovjetszkoje Igrisztoje pezsgők gyártója nem ért egyet a GVH álláspontjával és cáfolja azt. A Royalsekt Zrt. a több mint egy éve húzódó versenyhivatali eljárás során bebizonyította, hogy minden tekintetben az érvényes szabályozásnak megfelelően járt el, áll a vállalkozás által kiadott közleményben.

Álláspontjuk szerint nincs olyan jogszabály, amely előírná, hogy egy termék reklámanyagain fel kell tüntetni azt, hogy a terméket ki és hol gyártotta. Külföldi technológia felhasználásával gyártott termékek esetében bevett kereskedelmi gyakorlat, hogy a termék adott külföldi országhoz való kapcsolatát hangsúlyozzák és az eredeti termékek kereskedelmi kommunikációjának egyes elemeit átveszik.

A Szovjetszkoje Igrisztoje pezsgőt több mint 25 éve gyártják Magyarországon. Soha nem merült fel, hogy a termék megnevezése vagy kommunikációja megtéveszteni a fogyasztókat a termék származási helye tekintetében. Az évtizedek során egyetlen hatóság sem kifogásolta a terméket, annak minőségét vagy megnevezését, kereskedelmi kommunikációját, ezért a Royalsekt Zrt jóhiszeműsége a kereskedelmi kommunikáció kialakítása során nem vitatható.

Vélekedésük szerint nem képzelhető el, hogy lenne olyan fogyasztó, aki több mint 20 éven keresztül megtévedt a termék eredete kapcsán, hiszen a Magyarországon gyártott Szovjetszkoje Igrisztoje pezsgőket soha nem árulták vagy reklámozták úgy, mint szovjet vagy orosz import pezsgőt.

BGE NYVK	C1	Передача содержания текста	
Экзамен по деловому русскому языку		60 мин.	20 баллов
Модель			

КЛЮЧ

Штраф компании Роялсект

Антимонопольная Служба установила, что рекламная политика шампанских вин марки «Советское Игристое», производимых компанией Роялсект, вводит потребителей в заблуждение, что продукция является российской, хотя в действительности эти вина производятся из венгерского сырья на территории Венгрии.

АВ утверждает, что в ходе рекламы широко используются такие визуальные образы, как российский герб, русский текст на кириллице, слоган «царь шампанских вин», на основе которых у потребителя создаётся ошибочное мнение, что шампанское импортируется из России.

АС вынесла постановление о ложном информировании покупателей и наложении на Роялсект штрафа в 15 миллионов форинтов. Отягчающим фактором является то, что пострадал очень широкий круг клиентов, в связи с интенсивностью рекламной деятельности компании.

Роялсект не согласен с позицией АС и утверждает, что они всегда работали в рамках действующих юридических норм.

По их мнению, не существует закона, предписывающего обязательное указание места производства продукта и его производителя. В практике производства продукции с использованием иностранных технологий допускается, что её реклама может подчёркивать связь со страной происхождения продукта.

В венгрии уже более 25 лет производят «Советское Игристое». Компания никогда не утверждала, что вино является импортным. Кроме того, ни одним ведомством не были оспорены ни правовые нормы рекламы, ни качество самой продукции. Следовательно, добросовестность Роялсекта в формировании коммерческой коммуникации не может подвергаться сомнению.