

Körültekintőbben jár el a Lidl az árakkal kapcsolatos kommunikációja során a GVH eljárásnak eredményeként

A cég vállalta, hogy a jövőben csak megalapozottan tesz úgynevezett piacelsőségi állításokat

Budapest, 2026. augusztus 5. – 48 millió forintos bírságot szabott ki a Gazdasági Versenyhivatal (GVH) a Lidl Magyarország Kereskedelmi Bt.-re egy most lezárt megismételt eljárásban. Az országszerte mintegy 200 áruházat működtető kiskereskedelmi vállalkozás megtévesztő módon kommunikálta, hogy „*Lidl a legolcsóbb élelmiszerlánc*”. 2024 februárjában – az eredeti ügyben – ugyanezért már elmarasztalta a céget a GVH, de a Kúria új eljárásra kötelezte a GVH-t. A megismételt eljárásban a GVH szűkebb körben, de gyakorlatilag ugyanarra a megállapításra jutott. A cég együttműködött a versenyhatósággal, elismerte a jogsértést és vállalta, hogy a jövőben körültekintőbben jár el az árakkal kapcsolatos kommunikációja során.

A Gazdasági Versenyhivatal [2023 júliusában indított eljárást a Lidl-lel szemben](#), mert észlelte, hogy a Lidl Magyarország Kereskedelmi Bt. a 2023. február 13-tól alkalmazott kereskedelmi kommunikációjában azt állította, hogy a „*A Lidl a legolcsóbb élelmiszerlánc*”.

A GVH arra a megállapításra jutott, hogy a reklámkampány üzenete az átlagfogyasztók értelmezésében azt jelentette, hogy a Lidl termékei objektíven a legolcsóbbak a versenytársakhoz képest, és ezt a piacelsőségi állítást egy független, harmadik fél által végzett kutatás támasztja alá. Ez az üzenet tartalmát tekintve piacelsőségi állítás – [mutatott rá a 2024 februárjában hozott döntésében a GVH Versenytanácsa](#), amely 90 millió forint bírságot szabott ki a Lidl Magyarország Kereskedelmi Bt.-re.

A cég bíróságon támadta meg a GVH döntését. A Fővárosi Törvényszék elutasította a Lidl keresetét, a Kúria ugyanakkor új eljárás lefolytatására kötelezte a nemzeti versenyhatóságot.

A most lezárt megismételt eljárásban a GVH a Kúria iránymutatását követve járt el: újraértékelte az ügy körülményeit és a jogsértést kis mértékben szűkebb körben állapította meg. A Facebook kommunikációt nem minősítette jogsértőnek, ugyanis az kellőképpen részletes volt, a reklámüzenet részét képezte az is, hogy milyen körülmények között és milyen időtávon belül értelmezendő a piacelsőségi állítás. A GVH értékelte továbbá, hogy egyes kommunikációs eszközök esetében a fogyasztó által érzékelt üzenet bővebb volt és ezt a bírságmeghatározásban is figyelembe vette. „*A Lidl a legolcsóbb élelmiszerlánc*” szlogennel folytatott kampány nagy része (TV, óriásplakát, épületháló, plakátok, sajtóhirdetés, szórólap, egyes elektronikus megjelenések) kapcsán ugyanakkor a GVH – az előzmény eljárással egyezően – megállapította, hogy a vállalkozás megalapozatlan, megtévesztő piacelsőségi üzeneteket kommunikált.

A megismételt eljárásban a Lidl már együttműködött a versenyhatósággal, elismerte a jogsértést lemondott a jogorvoslati jogáról és utólagos megfelelési intézkedések végrehajtását is vállalta. Mindezek alapján a GVH Versenytanácsa 48 millió forintos bírságot szabott ki a vállalkozásra, amely – mivel a cég nem vitatja a jogsértést – biztosan befolyik a központi költségvetésbe. Az eredeti ügyszó képest azért szabott ki kisebb bírságot a GVH Versenytanácsa, mert a jogsértést szűkebb körben megállapította meg, illetve a cég a megismételt eljárás során aktívan együttműködött a versenyhatósággal.

Az ügy kapcsán a GVH arra hívja fel a figyelmet, hogy a cégeknek különös körültekintéssel kell eljárniuk az árakkal kapcsolatos reklámozás során. [A piacelsőségi állításokról a nemzeti versenyhatóság nemrég részletes tájékoztatót is közzé tett](#), a jogkövetésre törekvő vállalkozások támogatása, illetve a fogyasztók tájékoztatása érdekében. A piacvezető pozíció állítása az áruk és szolgáltatások árának, minőségi és megbízhatósági szintjének lényeges mutatójaként szolgál a fogyasztók számára, illet a GVH Versenytanácsának álláspontja és

a bírósági gyakorlat értelmében csak abban az esetben szabad állítani, ha a vállalkozás a hirdetés közzétételekor rendelkezik olyan objektív, tényszerű adatokkal, melyek ezt egyértelműen alátámasztják.

Az ügy további tanulsága, hogy a cégeknek megéri együttműködni a versenyhatósággal. A GVH – a versenytörvényben foglaltaknak megfelelően – [számos együttműködési lehetőséget biztosít a cégek számára](#), mind fogyasztóvédelmi problémákat, mind a kartelleket és erőfölénnyel való visszaéléseket vizsgáló ügyek esetében. A megfelelő együttműködési formák kiválasztásával jelentősen csökkenthető a kiszabott bírság, és akár teljesen el is kerülhető a pénzbeli szankció. Fontos, hogy az érintett vállalkozások már az eljárás kezdeti szakaszában is együttműködést tanúsítsanak, mert a korábban tett együttműködési vállalások nagyobb mértékű bírságcsökkentést eredményezhetnek, illetve az eljárások gyorsabb lezárását teszik lehetővé.

Az ügy hivatali nyilvántartási száma: **VJ/45/2025.**

GVH Kommunikáció

További információ:

Horváth Bálint, kommunikációs vezető +36 20 238 6939