



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL

## Megtévesztő születésnapi akció a Lidlnél

**A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) Versenytanácsa 2007 június 14-i tárgyalásán megállapította, hogy a Lidl Magyarország Kereskedelmi Bt. 2006. november 16. és 22. között tartott „3-at kap, 2-t fizet” akciója során megtévesztette a fogyasztókat. A jogsértés miatt a vállalkozásnak 5 millió forint bírságot kell fizetnie.**

A GVH vizsgálata során megállapította, hogy Lidl második születésnapja alkalmából kiadott akciós újságban szereplő tájékoztatást a fogyasztók úgy is értelmezheték, hogy a 2/3-ra csökkentett áru termékből kell hármat vásárolni. Ezzel szemben a vásárló már egy termék esetében is a korábbi ár 2/3-át fizette meg. A GVH szerint a magatartás alkalmas volt a vásárlók megtévesztésre, mivel többletfogyasztásra ösztönzött, illetve azt a képzetet keltette, hogy az akciós ár mellett még igénybe vehető a klasszikus „kettőt fizet, hármat kap” kedvezmény is.

A versenyhatóság gyakorlata szerint a fogyasztók befolyásolásában egy áruházlánc akcióiról szóló tájékoztatás a fogyasztó érdemi választását befolyásoló tényezőnek tekintendő. A magatartás kétségtelenül hatást gyakorol a gazdasági versenyre, mely hatást fokozza az, hogy az akciók alkalmasak a fogyasztók áruházba történő „becsábítására”, s az áruházba így módon betért fogyasztók vásárlásai nem szorítkoznak az akcióban résztvevő termékekre. Az akciók, illetve az azokról adott tájékoztatások nemcsak az adott akciós áruk iránti keresletet növelik, hanem kedvezően hatnak az áruházakban forgalmazott többi áru értékesítésére is. A Lidl GVH által vizsgált akciója az élelmiszerjellegű vegyes kiskereskedelem piacára vonatkozott, amelynek jellemzője a fogyasztók fokozott érzékenysége és a piaci szereplők között érvényesülő élénk verseny. Emiatt az áruházláncok folyamatos akcióikkal igyekeznek befolyásolni a fogyasztók döntéseit. A piacon jelenlévő társaságok kínálatában megjelenő élelmiszer és nem élelmiszerjellegű termékek esetében a fogyasztói döntés szempontjából kiemelt szerephez jut a termék ára.

A GVH szerint a Lidl esetében nem tekinthető enyhítő körülménynek, hogy vele szemben első alkalommal került sor versenyfelügyeleti eljárás lefolytatására, valamint a kifogásolt akció csak rövid ideig volt érvényben. Ennek oka, hogy a Lidl multinacionális háttérrel rendelkező vállalkozásként nem tekinthető piaci és versenyjogi tapasztalatokkal egyáltalán nem rendelkező szereplőnek, tekintettel arra, hogy már két éve Magyarországon is megnyitotta áruházait. Az akció rövid időtartama pedig azért nem szolgálhat alapul a csekély súlyú jogsértés esetleges megállapításához, hiszen az akció érvényességi ideje eleve csak egyetlen hétre (2006. november 16-22.) korlátozódott, a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas tájékoztatást pedig az eljárás alá vont magas példányszámban juttatta el a háztartásokba. Ezzel szemben enyhítő körülményként értékelhető, hogy a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas plakátokat az eljárás alá vont vállalkozás az akció másnapján eltávolította az áruházakból.

A jogsértés miatt a Lidl-nek 5 millió forint versenyfelügyeleti bírságot kell fizetnie.  
Az ügy hivatali nyilvántartási száma: **Vj-22/2007.**

Budapest, 2007. június 19.

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](mailto:Mihalovits.Andras@gvh.hu)

<http://www.gvh.hu>