Black Friday 2026 – Az akciózás szabályai és buktatói

Gyakorlati útmutató webáruházaknak az árcsökkentések, kuponos akciók szabályos alkalmazásához és a leggyakoribb fogyasztóvédelmi hibák elkerüléséhez.

Előadó:
dr. Ilcsik Tilla
a **Fogyasztó Barát** állandó megbízott ügyvédje

2026. november 6.



Jogszabályi háttér – milyen szabályok vonatkoznak az akciókra?

1

4/2009. (I. 30.) NFGM–SZMM együttes rendelet – 2/A. §

az árcsökkentések bejelentésének és feltüntetésének szabályai

2022. május 28-tól alkalmazandó előírások ((EU) 2019/2161 (Omnibus) irányelv: 98/6/EK irányelv 6a. cikk beiktatása).

- A fogyasztóknak értékesített áruk meghirdetett árcsökkentésére vonatkoznak, online és hagyományos üzletekben egyaránt.
- Szabályozza a korábbi ár és az akciós ár feltüntetését, a fokozott árcsökkentést, a kivételeket.

2

2008. évi XLVII. törvény (Fttv.) – A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok tilalma

- Tiltja a megtévesztő és agresszív kereskedelmi gyakorlatokat, ideértve az árakkal, kedvezményekkel kapcsolatos megtévesztéseket (6–7. §, melléklet 5., 6. 7. 20. pontok).

3

1997. évi CLV. törvény (Fgytv.) – Az árfeltüntetés szabályai (14. §)

- A termék eladási áraként és egységáraként a fogyasztó által ténylegesen fizetendő, az általános forgalmi adót és egyéb kötelező terheket is tartalmazó árat kell feltüntetni.

Segítség az értelmezéshez:

Az Európai Bizottság 2021/C 526/02. számú iránymutatása a 98/6/EK irányelv 6a. cikkének alkalmazásáról. **https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/HTML/?uri=CELEX:52021XC1229(06)**

Mikor beszélünk árcsökkentésről? – Az „akció" fogalma

Kúria – **Kfv.VII.37.566/2025/8.** számú döntés

> „Minden árcsökkentés akció, de nem minden akció árcsökkentés."

Az „akció" tágabb fogalma

Nem jogi fogalom; ide tartozik a mennyiségi kedvezmény, a termékcsomag és a korlátozott ideig tartó különleges ajánlat.

A Kúria döntése

Önmagában nem tisztességtelen, ha az árcsökkentett és a nem árcsökkentett akciós termékeknél is figyelemfelhívó színű címkén adnak ártájékoztatást, és „Akció" feliratú polcon helyezik el őket.

A konkrét ügy

Narancssárga címkék és „Akció" polcok olyan termékeknél is, amelyek árát nem csökkentették, csak korlátozott ideig kínálták.

A korábbi ár feltüntetése – A 30 napos szabály

Mit értünk korábbi ár alatt?

A korábbi ár a vállalkozás által egy olyan időszakban alkalmazott legalacsonyabb árat jelenti, amely nem lehet rövidebb, mint az árcsökkentést megelőző 30 nap.

Nem feltétlenül az akció előtti utolsó ár

Nem a listaár vagy a leghosszabb ideig alkalmazott ár

Visszaszámítás az akció tényleges kezdetétől

nem a meghirdetéstől

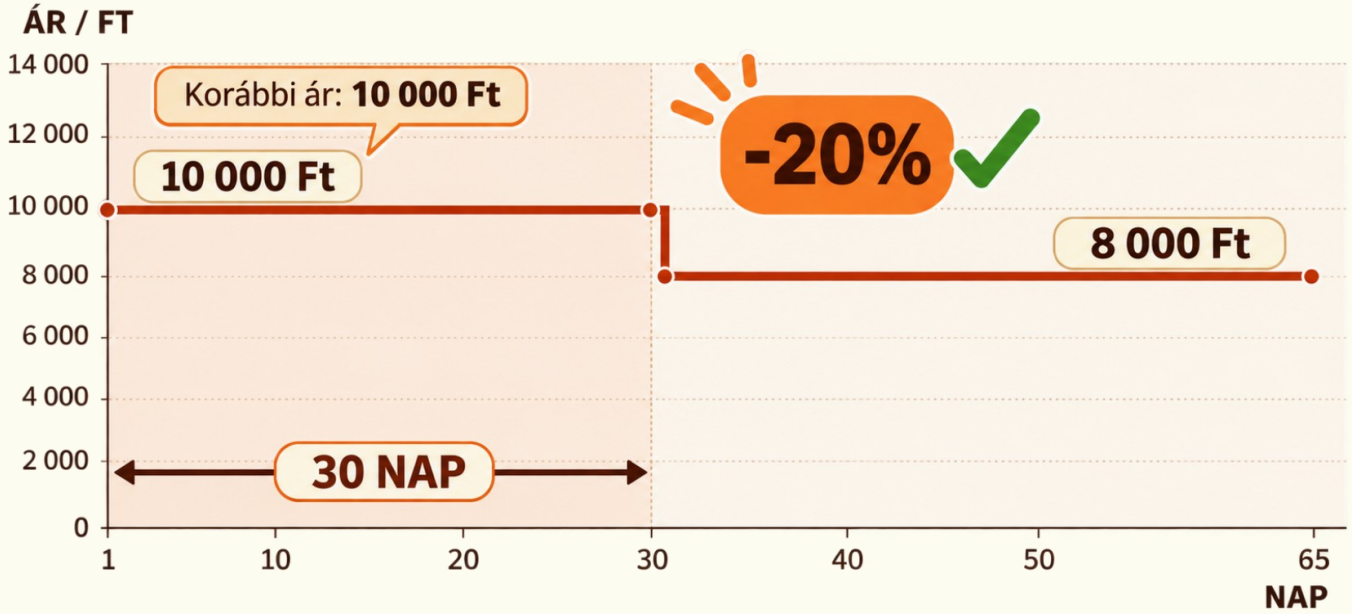
Az akár néhány óráig alkalmazott ár is számít

Nem kell 30 napon át alkalmazni a korábbi árat: a megelőző 30 nap legalacsonyabb árát kell figyelembe venni, akkor is, ha az csak néhány óráig volt érvényben.

C-330/23., Aldi Süd ítélet: az EU Bírósága szerint a százalékos kedvezményt az előző 30 nap legalacsonyabb árához kell viszonyítani.

1. példa – Egyszerű árcsökkentés

Ha a termékre az akciót megelőző 30 napban végig ugyanazt az árat alkalmazták, akkor ez az ár lesz a korábbi ár, ehhez kell viszonyítani az akciós árat.



10 000 Ft

Korábbi ár

8 000 Ft

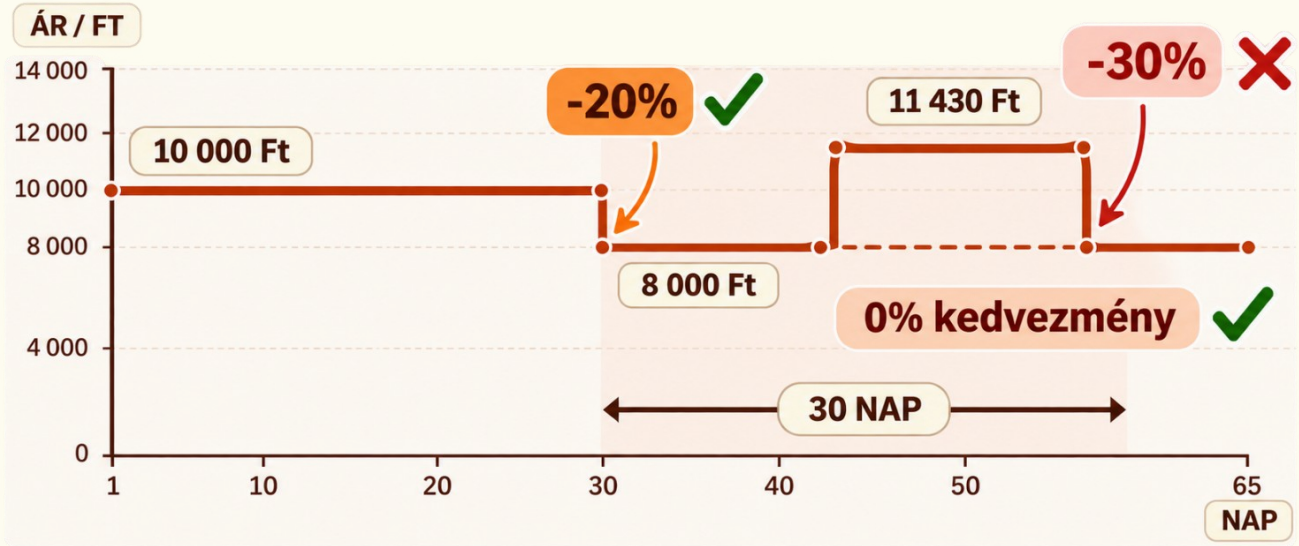
Akciós ár (–20%)

A termék ára az akciót megelőző 30 napban folyamatosan 10 000 Ft volt, így ez minősül a korábbi árnak. Az akció során 8 000 Ft-ra csökken, ezért az árkedvezmény:

10 000 Ft → 8 000 Ft = 20% kedvezmény

2. példa – Megismételt, de valójában nem alacsonyabb ár

Ha a kereskedő az első akció után megemeli a termék árát, majd 30 napon belül ismét a korábbi akciós árra csökkenti, az újabb leértékelés már nem minősül tényleges árcsökkentésnek.

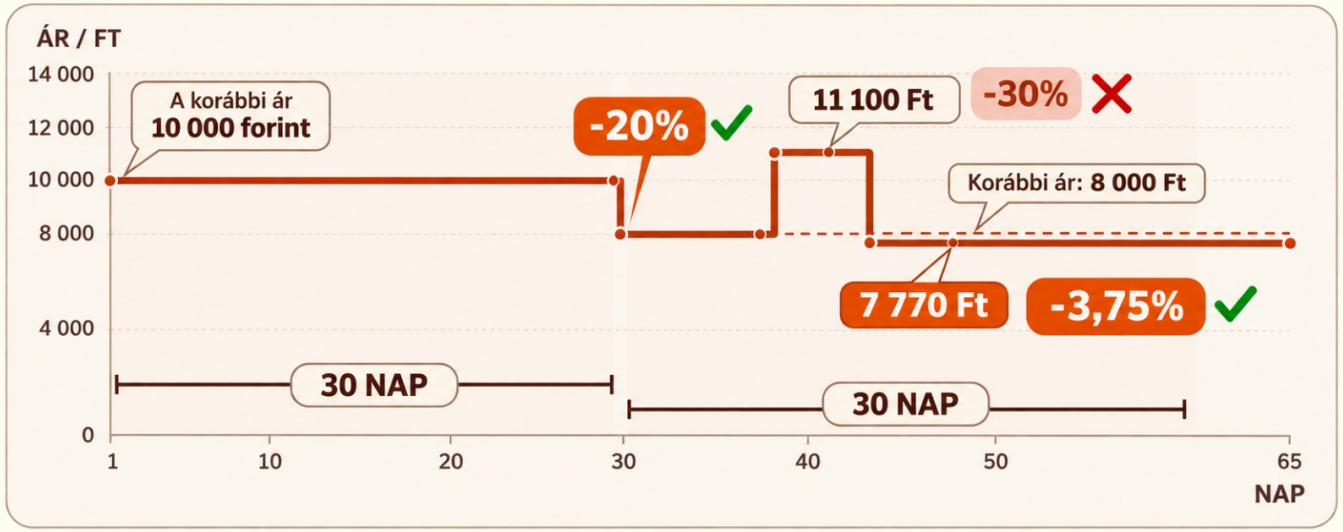


10 000 Ft Korábbi ár	8 000 Ft 1. akció (−20%)
11 430 Ft Áremelés	8 000 Ft 2. akció, nem árcsökkentés

Lényeg: az újabb akció előtti 30 nap legalacsonyabb ára már **8 000 Ft** volt, ezért az ismételt 8 000 Ft nem kedvezmény, így nem hirdethető 30%-os árcsökkentés.

3. példa – A korábbinál is alacsonyabb új ár

Ha 30 napon belül, egy köztes áremelést követően az új ár az előző akciós árnál is alacsonyabb, akkor valódi újabb árcsökkentés történik.



10 000 Ft Korábbi ár	8 000 Ft 1. akciós ár (-20%)
11 100 Ft Áremelés után	7 770 Ft Új akciós ár

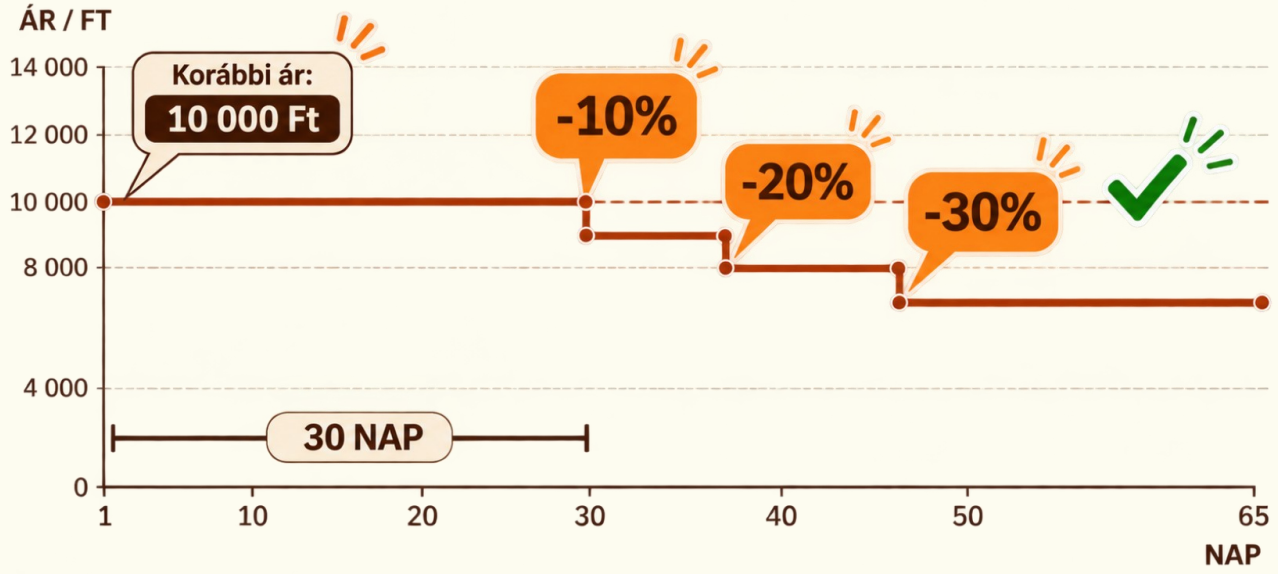
A kedvezményt azonban ekkor sem a köztesen megemelt árhoz, hanem a megelőző 30 nap legalacsonyabb árához kell viszonyítani.

Lényeg: az újabb akció előtti 30 nap legalacsonyabb ára 8 000 Ft volt, ezért a 7 770 Ft-os új ár valóban alacsonyabb, de az árkedvezmény mértéke nem 30%, hanem csak **3,75%**.

Fokozatos árcsökkentés – megszakítás nélkül

4/2009. (I. 30.) NFGM–SZMM rendelet 2/A. § (3) bekezdés

Ha a kereskedő egy folyamatos akció során megszakítás nélkül, fokozatosan csökkenti a termék árát, a korábbi ár az első árcsökkentés előtt meghatározott referenciaár maradhat.



10 000 Ft

Korábbi ár

9 000 Ft

1. csökkentés (–10%)

8 000 Ft

2. csökkentés (–20%)

7 000 Ft

3. csökkentés (–30%)

Lényeg: a kedvezmény mértékét minden lépcsőnél az eredeti, 10 000 Ft-os korábbi árhoz kell viszonyítani.
Feltétel: az akció során az ár egyszer sem emelkedhet!

Black Friday – Mi történik, ha korábban már akcióztunk?

A terméket a webshop jellemzően 10 000 Ft-ért kínálta, azonban a Black Friday előtt 30 napon belül néhány napig már 8 000 Ft-ba került. Black Friday alkalmából az árát 7 500 Ft-ra csökkentik.

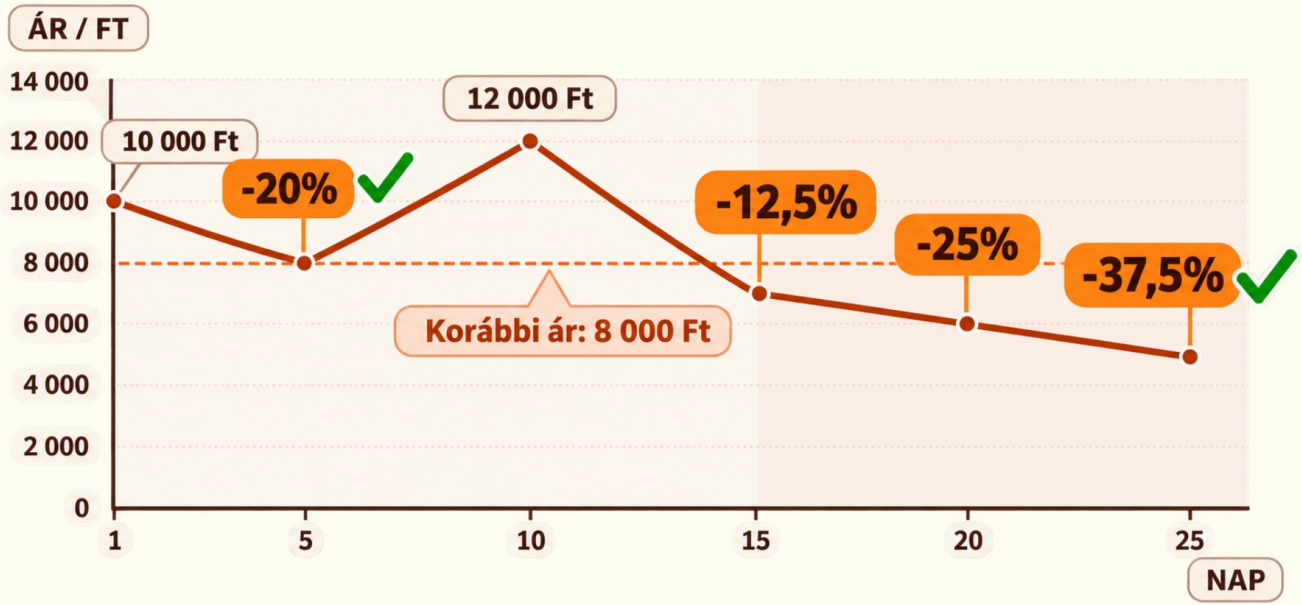
Jellemző ár	Korábbi ár	Black Friday ár
10 000 Ft	8 000 Ft	7 500 Ft

A jogszerűen kommunikálható kedvezmény mindössze 6,25%, nem pedig 25%!

Fontos: **A fokozatos árcsökkentés kivétele kizárólag ugyanazon megszakítás nélküli leértékelési kampány során alkalmazható; egy új Black Friday-kampánynál önállóan kell meghatározni a korábbi árat, akkor is, ha a termék ára közben nem emelkedett.**

Fokozatos árcsökkentés – megszakítással egy korábbi akció után (1/2)

Ha a kereskedő egy korábbi akció után megemeli a termék árát, majd újabb, fokozatos leértékelést indít, az új akció előtti 30 nap legalacsonyabb ára lesz a referenciaár.



8 000 Ft

Korábbi akciós ár (referenciaár)

12 000 Ft

Áremelés utáni ár

7 000 Ft

Új akció 1. lépcsője (−12,5%)

6 000 → 5 000 Ft

További lépcsők (−25% → −37,5%)

FOGYASZTÓ BARÁT ügyvéd

https://ugyved.fogyasztobarat.hu/ekereskedelem

Fokozatos árcsökkentés – megszakítással egy korábbi akció után (2/2)

- **Lényeg:** az új, fokozatos leértékelés során végig a 8 000 Ft-os korábbi árhoz kell viszonyítani a kedvezményeket, nem a köztes 12 000 Ft-os árhoz.

- Ha a fokozatos árcsökkentés közben ismét áremelés történik, már nem alkalmazható a fokozatos árcsökkentésre vonatkozó kivétel. Az egymástól független, különálló akciós kampányoknál – például a Black Friday és a karácsonyi leárazások esetén – az általános 30 napos szabályt kell alkalmazni.

Kivételek a 30 napos szabály alól

1. Romlandó vagy minőségüket rövid ideig megőrző termékek

Ezekre a termékekre nem vonatkozik a 30 napos korábbi ár feltüntetésének kötelezettsége.

- Ide tartozhatnak például a friss húsok, zöldségek, gyümölcsök, pékáruk, hűtést igénylő tejtermékek és vágott virágok.
- A hosszabb ideig eltartható, jellemzően minőségmegőrzési idővel rendelkező termékekre (pl. csokoládé, kávé, tartós élelmiszerek) főszabály szerint alkalmazandó a 30 napos szabály.

2. Újonnan bevezetett termékek

Új termékeknél a referencia-időszak 30 nap helyett legalább 15 nap.

- Az első 15 napban még nincs megfelelő ártörténet a korábbi árhoz viszonyított akció meghirdetéséhez. Az első 15 napban tehát nem lehet egyből akciózni.
- A termék kezdeti áron kínálható, de a kedvezményt sugalló „bevezető ár" kommunikációval is körültekintően kell eljárni.

Fontos kivétel: a szezonálisan visszatérő termékek!
A korábban már forgalmazott, majd átmenetileg kivezetett szezonális termékek (pl. téli ruházat, strandcikkek) nem minősülnek automatikusan új terméknek az ismételt forgalmazáskor. Ezeknél az általános 30 napos szabály az irányadó.

Mennyiségi kedvezmények és összetett ajánlatok

Nem minden kedvezmény minősül egyedi termékre meghirdetett árcsökkentésnek!

A több termék megvásárlásához vagy meghatározott kosárértékhez kötött ajánlatok nem tartoznak automatikusan a 30 napos szabály hatálya alá.

A döntő kérdés: a kereskedő egy konkrét termék árcsökkentését hirdeti, vagy feltételhez kötött, összetett vásárlási előnyt kínál?

Példa 1

„Vásárolj 3 terméket, és a legolcsóbbat ajándékba kapod!"

Példa 2

„20 000 Ft feletti vásárlás esetén 2 000 Ft kedvezmény!"

Példa 3

„Vegyél kettőt, a harmadikat ingyen adjuk!"

Fontos! Az Fttv. szabályai ezekre az ajánlatokra is vonatkoznak! A kedvezmény feltételeinek egyértelműnek, a megtakarításnak valósnak kell lennie, és az ajándékként hirdetett termék sem lehet megtévesztő módon beépítve a fizetendő árba.

Személyre szabott kedvezmények és egyedi kuponok

A valóban személyre szabott árengedményekre nem vonatkozik a 30 napos korábbi ár feltüntetésének szabálya.

Születésnapi kuponok

amelyeket a vásárló személyre szabottan kap

Törzsvásárlói egyedi kuponok

amelyek meghatározott vásárlóknak szólnak

Korábbi vásárlás alapján biztosított egyedi kedvezmények

Egyedi vásárlói utalványok

például a következő vásárlásra szóló 20%-os kedvezmény

Lényeg: a kedvezmény nem általánosan meghirdetett árcsökkentés, hanem egy meghatározott fogyasztó számára biztosított egyedi előny.
Fontos: a kupon feltételeinek ezekben az esetekben is egyértelműnek és nem megtévesztőnek kell lenniük.

Bárki által felhasználható kuponok – A 30 napos szabály alkalmazása

Egy nyilvános kupon nem válik személyre szabott kedvezménnyé attól, hogy a vásárlónak be kell írnia egy kódot a vásárlás végén!

> Példa: Black Friday kuponakció
> „20% kedvezmény a BLACK20 kuponkóddal!"

Lényeg: nem a kuponkód használata, hanem a kedvezmény tényleges hozzáférhetősége a döntő!

Ha a webshop a kuponkódot minden vásárló számára hozzáférhetővé teszi:

- Az általánosan meghirdetett, termékek árára vonatkozó kedvezményre alkalmazni kell a 30 napos szabályt.
- Az érintett termékeknél fel kell tüntetni a korábbi árat és a kuponnal fizetendő akciós árat, nem elegendő kizárólag a kosárban megjeleníteni a nyilvánosan meghirdetett árcsökkentést.
- A korábbi ár meghatározásánál a megelőző 30 napban alkalmazott legalacsonyabb árat kell vizsgálni, figyelemmel a korábbi, általánosan hozzáférhető kuponos kedvezményekre is.

A kuponos akciók 4 leggyakoribb buktatója

1

A kedvezmény számításának alapja a mindenki számára elérhető kupon esetén

A nyilvánosan meghirdetett árcsökkentés mértékét a 30 napos szabály szerinti korábbi árhoz kell viszonyítani.

2

A felhasználási feltételek hiányos kommunikációja

Egyértelműen tájékoztatni kell a vásárlókat a kupon korlátozásairól, például: akciós termékek vagy egyes márkák kizárása, minimum kosárérték előírása, felhasználási időszak és egyéb feltételek.

3

A kedvezmények összevonhatósága

Ha a webshop „Black Friday kedvezmény + 10% kupon" ajánlatot hirdet, a két kedvezménynek valóban együttesen érvényesíthetőnek kell lennie. Ha a kupon más akciókkal nem vonható össze, ezt előzetesen, egyértelműen közölni kell.

4

Egymást követő kuponos akciók

A korábbi, mindenki számára elérhető kuponos kedvezményeket is figyelembe kell venni az újabb árcsökkentés 30 napos referenciaárának meghatározásakor.

Lényeg: a kuponos akcióknál nemcsak a kedvezmény mértékének, hanem a felhasználási feltételeknek és a kommunikációnak is jogszerűnek kell lennie.

Részletszabályok és tipikus hibák – hatósági döntések alapján

A GVH és a fogyasztóvédelmi hatóság gyakorlatának tanulságai

A hatóságok nem kizárólag az akciós árak helyes kiszámítását ellenőrzik, hanem a teljes kereskedelmi gyakorlatot is vizsgálják.

Mire terjedhet ki az ellenőrzés?

- Az árkedvezmények valóságtartalmára és feltüntetésére.
- A reklámok és akciós üzenetek megtévesztő jellegére.
- Az akciók időtartamára és feltételeire.
- A sürgető, vásárlásra ösztönző üzenetekre.

A következő hatósági ügyek megmutatják, milyen gyakori hibákat érdemes elkerülni egy Black Friday-kampány során.

Több ár egy termékoldalon – amikor a túl sok információ megtévesztő lehet

A GVH vizsgálata: a többféle referenciaár és kedvezmény egyidejű megjelenítése megnehezítheti a tényleges árelőny megítélését.

Mire kell figyelni?

A gyártói ajánlott fogyasztói ár (RRP) feltüntetése önmagában nem tilos, de a jelentésének egyértelműnek kell lennie.

Az RRP nem tüntethető fel úgy, mintha az a webshop által korábban alkalmazott, áthúzott eredeti ár lenne.

A meghirdetett százalékos árcsökkentést a 30 napos legalacsonyabb árhoz kell viszonyítani.

A többféle ár nem kelthet megtévesztő benyomást a kedvezmény tényleges mértékéről.

Gyakorlati javaslat: lehetőség szerint két ár szerepeljen: a jogszabály szerinti korábbi ár és az akciós ár.

Lényeg: a vásárló számára azonnal világosnak kell lennie, mennyit fizet, és mekkora kedvezményt kap valójában.

forrás: GVH – **VJ/15/2023**.

Nem megfelelő árfeltüntetések





Az „akár 80% kedvezmény" problémája

Egy nagy webáruház több Black Friday-kampányában „akár 80%-os kedvezményt" hirdetett, azonban ez a kedvezmény csak az akciós termékek elenyésző, jellemzően 1% alatti részénél volt elérhető. A reklámok elsősorban elektronikai és háztartási termékeket mutattak be, miközben a legnagyobb kedvezmények főként más, kevésbé jellemző termékeket érintettek.

A GVH kétlépcsős vizsgálata az „akár" állításoknál

1

Tipikus termékek

A legnagyobb kedvezménnyel elérhető termékek jellemzőnek tekinthetők-e a reklámozott termékkínálatban?

2

Megfelelő termékárkány

A tipikus, meghirdetett kedvezménnyel ténylegesen elérhető termékek aránya eléri-e a reklámozott termékkör legalább 10%-át?

⚠ **Fontos:** a 10%-os arány a GVH gyakorlatában kialakult mérce, nem jogszabályi mentesség. Teljesítése önmagában nem garantálja a reklám jogszerűségét!

Forrás: GVH – **VJ/39/2018/151. számú határozat**, különösen 202–218. pont.

Mesterségesen magas eredeti árak

A GVH egy webáruház több száz akciós kampányát vizsgálta, és megállapította, hogy a vállalkozás tartósan tisztességtelen akciótartási gyakorlatot folytatott.

A hatóság főbb kifogásai:

Az áthúzott, „eredeti" árakat gyakran csak rövid ideig, alkalomszerűen alkalmazták.

Ezek az árak nem tükrözték a termékek tényleges, jellemző értékesítési árát.

A vállalkozás nem rendelkezett megfelelő belső árképzési és ellenőrzési szabályokkal, amelyek biztosították volna a valós kedvezmények kommunikálását.

Tanulság

Önmagában az, hogy egy magasabb árat korábban rövid ideig alkalmaztak, még nem feltétlenül teszi azt megfelelő viszonyítási alappá a reklámozott megtakarításhoz.

A webshopoknak megfelelő ártörténeti nyilvántartásra, árazási és akcióellenőrzési folyamatokra is szükségük van.

forrás: GVH – **VJ/50-148/2018. számú határozat** (2021. május 7.), különösen 169–170. pont.

Hibás korábbi ár a Black Friday időszakában (1/2)

Egy nagy barkácsáruház 2025. november 24. és december 1. között „Orange Week" akciót hirdetett. A hatóság 30 termék ártörténetét ellenőrizte, amelyek közül 29 megfelelő volt, egy terméknél azonban hibás korábbi árat alkalmaztak.

Az egyik termék ára november 2-ig még **115 490 Ft** volt, majd november 3-tól **119 990 Ft-ra** emelkedett. Az akcióban azonban ezt a magasabb árat tüntették fel korábbi árként.

Hibás korábbi ár a Black Friday időszakában (2/2)

Mit ellenőrzött a hatóság?

A termékek 30 napos ártörténetét, termékenként külön-külön.

Az akciós időszak alatt értékesített termékek darabszámát.

Az adatszolgáltatást alátámasztó dokumentumokat.

Tanulság

Egyetlen termék hibás referenciaára is jelentős bírságot eredményezhet! A webshopnak minden akció előtt ellenőriznie kell a termékek tényleges ártörténetét, és azt hitelt érdemlően igazolni is tudnia kell.

Forrás: **GY/49/00083-2/2026. számú határozat**, 4–5. oldal

Mennyi ideig tarthat egy akció?

A jogszabály nem határozza meg az akciók maximális időtartamát.

Egy folyamatos árcsökkentés 30 napnál tovább is tarthat, azonban a tartósan akcióként hirdetett ár idővel a termék ténylegesen jellemző árává válhat.

Több fogyasztóvédelmi eljárás is kifogásolta a 6 hónapnál hosszabb akciókat, tekintettel arra, az indokolatlanul hosszú akció alkalmazása következtében nem érvényesült árkedvezmény, mely a fogyasztó valósághű tájékoztatáshoz fűződő érdekét sérti.



> **Tanulság**
>
> A 30 napnál hosszabb akció önmagában nem jogsértő, de a túlzottan elnyújtott kedvezményes kommunikáció megtévesztővé válhat, és tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősül.

forrás: **SO/FOGY/00625-05/2025**

Sürgető üzenetek – amikor az igaz információ is jogsértő lehet (1/2)

A GVH agresszív kereskedelmi gyakorlatot állapított meg a webshop által alkalmazott visszaszámláló órák és a korlátozott készletet hangsúlyozó üzenetek miatt.

Mikor lehet jogsértő a sürgetés?

„Már csak 2 darab!" – „Mindjárt elfogy!" – feltűnő, ismétlődő készletüzenetek.

Másodpercenként visszaszámláló órák, amelyek fokozzák a vásárlási nyomást.

Újrainduló visszaszámlálók, amikor a lejárat után változatlan feltételekkel folytatódik a véglegesnek hirdetett ajánlat.

A vásárlási folyamat során ismételten megjelenő, indokolatlanul sürgető üzenetek.

Sürgető üzenetek – amikor az igaz információ is jogsértő lehet (2/2)

Megtévesztő sürgetés

Valótlan időkorlát vagy hamis visszaszámláló, amely azonnali vásárlásra ösztönöz. (Fttv. melléklet 7. pont)

Agresszív sürgetés

Akár valós információkkal is megvalósulhat, ha a módszer jelentősen korlátozza a fogyasztó tájékozott döntéshozatalának lehetőségét. (Fttv. 8. §)

Tanulság: A valóságtartalom mellett a megjelenítés módja, gyakorisága és a fogyasztóra gyakorolt hatás is számít.

Forrás: GVH – **VJ/15-129/2023.** számú határozat, különösen 192–202. pont.

Sürgető üzenetek – szembeállítás



A hibás webshopmotor nem mentesít a jogsértés alól

A webáruházban egy X-Shot játékot 3 599 Ft-os áthúzott ár helyett 2 799 Ft-ért kínáltak. A hatóság megállapította, hogy a feltüntetett 3 599 Ft nem az akciót megelőző 30 nap legalacsonyabb ára volt.

Mivel védekezett a vállalkozás?

Az eltérés a webshop árkezelési rendszerének technikai, adminisztratív hibájából adódott.

A 3 599 Ft-os árat korábban ténylegesen alkalmazták.

A hibát kijavították, és felülvizsgálták a belső ellenőrzési folyamatokat.

A hatóság ennek ellenére megállapította a jogsértést és bírságot szabott ki. A technikai hibát és annak kijavítását ugyanakkor enyhítő körülményként értékelte.

Tanulság

A webshopmotor által automatikusan generált áthúzott árak jogszerűségét is ellenőrizni kell! A technikai hiba önmagában nem mentesít a felelősség alól, legfeljebb a bírság kiszabásánál értékelhető enyhítő körülményként.

Forrás: **BP/2200/00771-5/2026**. számú határozat, különösen 9. és 15. oldal.

A kedvezmények lényeges feltételeinek elhallgatása

A webáruház 2015-ös promóciójában azt hirdette, hogy 20 000 Ft feletti vásárlás esetén minden 10 000 Ft után 1 000 Ft visszatérítést biztosít ajándékkártyán.

Mi volt a probléma?

A reklámok azt a benyomást keltették, hogy a kedvezmény minden megfelelő összegű vásárlásra érvényes.

A promócióból azonban egyes termékeket és a webáruházas vásárlásokat is kizárták.

A GVH szerint a vállalkozás egyes reklámjaiban elhallgatta a kedvezmény lényeges korlátait.

Tanulság

A kedvezmény feltételeit már a reklámkommunikációban is egyértelművé kell tenni! Ha a webshop azt hirdeti, hogy „20% kedvezmény minden termékre", akkor az ajánlat nem tartalmazhat a reklámban elhallgatott termékkizárásokat.

Forrás: GVH – **Vj/67-54/2016. számú határozat**.

Mit vizsgál a fogyasztóvédelmi hatóság a gyakorlatban?

A 2025-ös Black Friday-ellenőrzések eredményei

	Vizsgált	Kifogásolt
Hagyományos üzletek	110 üzlet	25 üzlet (22,7%)
Online akciós árfeltüntetés	906 termék	131 termék (14,5%)

Mire figyel különösen a hatóság?

A 30 napos legalacsonyabb ár helyes meghatározására és feltüntetésére.

A ténylegesen fizetendő bruttó ár egyértelmű megjelenítésére.

A meghirdetett kedvezmény valós érvényesülésére.

A termékek ártörténetére és annak igazolhatóságára.

Az árcsökkentés időtartamára.

A próbavásárlás során ténylegesen felszámított árra.

Forrás: Budapest Főváros Kormányhivatala – **2026. szeptember 21-i tájékoztatás.**

Tipikus jogsértések
Mit tanulhatunk a hatósági döntésekből?

Kereskedelmi gyakorlat	Jogi kockázat
Indokolatlanul hosszú akciók	Megtévesztő kedvezménykommunikáció
Mesterségesen magas eredeti árak	Valótlan megtakarítás
„Akár 80%" néhány terméknél	Megtévesztő reklámüzenet
Hamis vagy túlzott sürgetés	Megtévesztő vagy agresszív gyakorlat
Kuponfeltételek elhallgatása	Megtévesztő mulasztás
Meghirdetett, de nem érvényesülő kedvezmény	Valótlan árelőny
Nem megfelelő akciós készlet	Csalogató reklám

Különösen fontos: az Fttv. melléklete, feketelistája

Csalogató reklám
Előre láthatóan nem biztosítható megfelelő akciós készlet, a korlát elhallgatásával.

Más termék felé terelő reklám
A meghirdetett termék helyett másik termék értékesítésének ösztönzése a törvényben meghatározott módszerekkel.

Hamis sürgetés
Valótlan, rövid idejű elérhetőség állítása azonnali döntés kikényszerítésére.

Megtévesztő ingyenességi állítás
A termék „ingyenes" megjelölése, ha a fogyasztónak az elkerülhetetlen részvételi, birtokbavételi vagy szállítási költségeken felül bármit fizetnie kell.

Jogszabály: **2008. évi XLVII. törvény** (Fttv.), különösen 6–8. § és melléklet 5–7. 20. pont.

Ártörténet – Hogyan ellenőrzi a hatóság a 30 napos szabály betartását?

Nem elegendő helyesen feltüntetni a korábbi árat – annak helyességét igazolni is tudni kell!

A fogyasztóvédelmi hatóság kiválaszthat meghatározott akciós termékeket, majd bekérheti azok 30 napos ártörténetét, az árváltozásokat alátámasztó dokumentumokat és akár az értékesített darabszámokat is.

Mit érdemes nyilvántartani?

Termékazonosító

cikkszám vagy SKU, értékesítési csatorna

Árváltozások

dátum, időpont és a fogyasztóknak kínált bruttó ár

Akciók

kezdő és záró időpont, kedvezmények, kuponok feltételei

Korábbi ár

az akciót megelőző 30 nap legalacsonyabb ára

Mivel igazolható az ártörténet?

Webshopmotor árváltozási naplója, készletkezelő rendszer.

Dátumozott ártörténeti kimutatás, archivált termékoldalak.

Kampány- és kuponnyilvántartások.

Rendelési és számlaadatok – kiegészítő bizonyítékként.

A jogszabály nem ír elő kötelező nyilvántartási formátumot, de a korábban alkalmazott árakat hitelt érdemlően igazolni kell.

Black Friday előtti ellenőrzőlista

A jogszerű akciózáshoz az árak, a kommunikáció és a webshop technikai működésének is összhangban kell lennie.

Ellenőrizd a kampány indulása előtt!

- Rendelkezésre áll a termékek megbízható, legalább 30 napos ártörténete.
- Helyes a korábbi ár és a meghirdetett kedvezmény számítása.
- A termékoldalon egyértelműen megjelenik a korábbi és az akciós ár.
- A kuponok feltételei és korlátozásai előzetesen megismerhetők.
- Az egymást követő akcióknál is helyes a referenciaár.
- A készletinformációk és a vásárlást ösztönző hirdetések mögött valós tartalom van és a kommunikáció nem megtévesztő vagy agresszív.
- A meghirdetett kedvezmény a kosárban is ténylegesen érvényesül.
- A kampány időtartama, készlete és feltételei dokumentáltak.

> **A legfontosabb tanulság:**
>
> Nem az a kérdés, mekkora kedvezményt szeretnénk meghirdetni, hanem hogy a kedvezmény valós, átlátható és igazolható-e.
>
> A jól megtervezett akció nemcsak a vásárlásokat ösztönözheti, hanem a fogyasztóvédelmi kockázatokat is csökkentheti.

FOGYASZTÓ BARÁT

Köszönöm a figyelmet!



Dr. Ilcsik Tilla

2026. November 6.

E-mail ugyved@drilcsiktilla.hu

Web https://drilcsiktilla.hu , https://ugyved.fogyasztobarat.hu/ekereskedelem/

Visszanézhető webináriumok: https://ugyved.fogyasztobarat.hu/webinar-tartalom/