

Reclame Code Commissie pakt Lidl aan

15-04-2014 00:00

Lidl mag zich in advertenties niet langer positioneren als 'de beste in groente en fruit'. Dat heeft de Reclame Code Commissie bepaald.

De supermarktketen baseert zich in zijn reclame-uitingen met deze uitspraak op het GfK Versrapport. In dit rapport worden producten in verschillende supermarkten met elkaar vergeleken. Andere verkoopkanalen zoals groentespecialzaken worden buiten beschouwing gelaten.

'In voorgaande jaren noemde Lidl zich nog 'de beste supermarkt in groente en fruit', maar nu suggereert Lidl het beste verkoopkanaal te zijn en dat is nog niet getest', aldus de reclamewaakhond. Daarmee is de reclame-uiting volgens de commissie misleidend, omdat consumenten mogelijk tot een aankoop overgaan terwijl ze dat anders niet zouden doen.