



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL

---

## VERSENYTANÁCS

---

**Vj/021-021/2011.**

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a Dr. Csere Sylvia Szonja ügyvéd (Dr. Csere Ügyvédi Iroda) által képviselt **SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft.** (Bicske) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt indult eljárásban tartott tárgyalást követően meghozta az alábbi

### **v é g z é s t .**

A Versenytanács az eljárást megszünteti, egyben kötelezi a SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft.-t a következő vállalásai teljesítésére:

- a) a „magyar termék” megjelölést kizárólag olyan termék esetében alkalmazza, amely termékek (az alább ismertetett módon beszerzett információk alapján)
  - származási helye igazoltan Magyarország, továbbá
  - jellemző – a minőséget befolyásoló – alapanyagai magyarok (feldolgozott élelmiszerek esetén),
- b) a „magyar termék” megjelölést csak akkor használja, ha azt megelőzően a termék beszállítója – teljes bizonyító erejű okiratban – nyilatkozott arról, hogy
  - (i) a termék származási helye Magyarország (azon belül megjelölve a helyiségnév, cégnév, székhely/telephely/egyéb kapcsolat), és
  - (ii) feldolgozott élelmiszerek esetén a termék jellemző – a minőséget befolyásoló – alapanyagai magyarok, tételesen felsorolva az alapanyagokat, előállítóikat és az előállítás Magyarországon belüli helyszínét,
- c) a termék csomagolásán feltüntetett információk és a termék gyártójánál végzett helyszíni audit révén a „magyar termék” megjelölés használatának megkezdése előtt – és azt követően rendszeresen, de legalább évente egy alkalommal audit révén is – ellenőrzi, hogy a szállító által nyilatkozatban vállalt magyar származást igazoló tényezők valóban megvalósulnak-e.

Kizárólag ezen feltételek együttes teljesítése esetén alkalmazza a „magyar termék” megjelölést mindaddig, amíg a jelölés alkalmazhatóságának feltételeit részletesen szabályozó jogszabály(ok) hatályba nem lép(nek).

A fenti kötelezettségvállalást belső utasításba foglalja, melyet 2012. február 15. napjáig megküld a Gazdasági Versenyhivatal részére.

A jelen végzés ellen a kézhezvételtől számított 8 napon belül a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtandó, de a Fővárosi Bírósághoz címzett jogorvoslati kérelemmel lehet élni.

## Indokolás

### I.

#### A vizsgálat megindításának körülményei

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) 2011. március 16-án versenyfelügyeleti eljárást indított a SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft. (a továbbiakban: SPAR, vagy eljárás alá vont vállalkozás) ellen, mert észlelte, hogy az eljárás alá vont vállalkozás a 2010. július 29-től augusztus 4-ig és a 2010. augusztus 12-től 18-ig terjedő időszakban a Spar, Interspar és Kaiser's üzlethálózatokat érintő országos reklámkiadványaiban<sup>1</sup> úgy hirdetett meg „magyar termék”-ként termékeket, hogy azok származási helye nem Magyarország:

- a 2010. július 29-től augusztus 4-ig tartó időszakban a lengyelországi származási helyű Cheeseland kördobozos ömlesztett sajtot<sup>2</sup> a „Magyar termék” felirat és a nemzeti színek együttes alkalmazásával hirdette;
- a 2010. augusztus 12-től 18-ig terjedő időszakban a németországi származási helyű Cheeseland Trappista sajtot kiemelt méretű fotóval, szintén a „Magyar termék” felirat és a nemzeti színek együttes alkalmazásával hirdette,

ezért a fogyasztók valószínűsíthetően tévesen juthattak arra a következtetésre, hogy magyar terméket vásárolnak.

2. A versenyfelügyeleti eljárás kiterjedt az eljárás alá vont vállalkozás fogyasztók részére megjelenített, fenti termékeket magyar termékként hirdető valamennyi kereskedelmi gyakorlatának vizsgálatára 2010. július 1-jétől az ügyindítás napjáig<sup>3</sup>.

### II.

#### Az ügyfél

3. Az eljárás alá vont vállalkozás élelmiszer jellegű bolti vegyes kiskereskedelmi tevékenységet folytat<sup>4</sup>. A SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft.-t 1990-ben az osztrák SPAR Csoporthoz tartozó BETAG Kft. alapította, amelyben 1992-ben meghatározó befolyást szerzett a svájci székhelyű ASPIAG Management AG, és amely vállalkozás jelenleg 100 %-ban tulajdonosa a SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft.-nek.

---

<sup>1</sup> Az eljárás alá vont vállalkozás általános gyakorlata alapján a reklámkiadványok az érvényességi idejük alatt, azonos módon és azonos tartalommal, elérhetőek a fogyasztók számára az eljárás alá vont vállalkozás internetes oldalain [www.spar.hu](http://www.spar.hu) is, azonban a vizsgálat arra vonatkozóan nem rendelkezik bizonyítékokkal, hogy az érintett időszakban a reklámkiadványok, és bennük a vizsgált termékek magyar termékként való megjelenése is elérhetőek voltak.

<sup>2</sup> A fényképen a natúr sajt látható, de a reklámszöveg feltünteti: „többféle”, ami a natur mellett a sonkás, gombás, paprikás és light termékekre utal.

<sup>3</sup> A vizsgálat kiterjedt a Cheeseland kördobozos ömlesztett sajtok és a Cheeseland trappista sajt valamennyi kereskedelmi gyakorlatára a 2010. július 1-jétől az eljárás megindításának időpontjáig terjedő időszakban, és a rendelkezésre álló kommunikációs anyagok alapján megállapítható volt, hogy a termékek több alkalommal meghirdetésre kerültek plakátokon és akciós reklámkiadványokban az eljárással érintett időszakban, azonban magyar termékként csak azokban az időszakokban, és azokon a reklám-kommunikációs eszközökön, amelyek az ügyindítás időpontjában is ismertek voltak, és amelyre az eljárás indult.

<sup>4</sup> Az eljárás alá vont cégkivonatát a Vj-021-003/2011. számú irat 2. melléklete tartalmazza

### III. A kereskedelmi gyakorlat leírása

4. A „Magyar termék” jelöléssel ellátott hirdetések az egy hétig tartóan érvényes akciós reklámkiadványokban jelentek meg, amelyek a Spar Csoport valamennyi áruházában, így a Spar szupermarketekben, az Interspar hipermarketekben és a Kaiser's áruházakban voltak érvényesek.

5. A Cheeseland kördobozos ömlesztett sajt csomagolása származási helyként az Európai Uniót jelöli meg PL 1416601 WE kiegészítéssel. A Cheeseland trappista sajt csomagolása származási helyként Németországot jelöli meg DE BY 112 EG kiegészítéssel. A csomagolás forgalmazóként a Cheeseland kördobozos ömlesztett sajt esetén a SI-KER Szabó Ignácné E.V. (H-8600 Siófok, Hársfa u. 41.) vállalkozást, míg a Cheeseland trappista sajt esetében a SI-KER E.C. vállalkozást (H-8600 Siófok, Ribiszke u. 17.) tünteti fel.

6. A vizsgálónak a magyar terméként hirdetett sajtok gyártójára, csomagolójára és beszállítójára vonatkozó kérdésére az eljárás alá vont úgy válaszolt<sup>5</sup>, hogy  
- az ötféle ízesítésben kapható kördobozos ömlesztett sajtokat Lengyelországban egy lengyel cég gyártja és csomagolja, és a termékek alapanyagának származási helye szintén Lengyelország. A cég tulajdonosainak nemzeti hovatartozását nem vizsgálta a Spar Kft.,  
- a Cheeseland Bajor Trappista sajtot Németországban egy német cég gyártja és csomagolja, és a termékek alapanyagának származási helye szintén Németország. E cég tulajdonosainak nemzeti hovatartozását a Spar Kft. nem vizsgálta.

7. Az eljárás alá vont által adott tájékoztatás szerint mindkét sajtípust a SI-KER Szabó Ignácné egyéni vállalkozó (8600 Siófok, Ribiszke u. 17.) szállítja az eljárás alá vont részére. A vállalkozást 1990-ben alapították és 13 alkalmazottal működik; a Cheeseland védjegyet 2004-ben lajstromozták a Magyar Szabadalmi Hivatalnál. A Cheeseland védjegy jogosultja az Éden-Food Kft., amely – Szabó Ignácné nyilatkozata<sup>6</sup> szerint – szintén magyar cég és ugyanahoz a tulajdonosi körhöz tartozó, kapcsolt vállalkozás. Cheeseland márkanév alatt kizárólag Magyarországon forgalmaznak különféle sajtermékeket. A SI-KER Szabó Ignácné E.V. a piaci igényekhez igazodva keresett gyártó partnert a termékek Cheeseland márkanév alatt történő legyártásához. A termékeken feltüntetett vevőtájékoztatók elkészítését, ellenőrzését és a termékcsomagolás grafikáját magyar cég végzi.

### IV. Az eljárás alá vont álláspontja

8. Az eljárás alá vont vállalkozás a versenyfelügyeleti eljárás előzményét képező, a Nemzeti Fogyasztóvédelmi hatóság előtt folyamatban volt eljárás során az alábbi nyilatkozatot tette: „A hivatkozott szórólapon a Cheeseland kördobozos ömlesztett sajtnál tévesen jelent meg a „magyar termék” felirat. A termék valóban Lengyelországban készül, de elsődleges forgalmazója magyar. Ez a tény befolyásolhatta az újság készítését és ellenőrzését, így maradhatott a „magyar termék” jelző a sajtnál.”<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> A részletes válaszok a Vj-021-003/2011. és a Vj-021-10/2011. iratokban találhatóak.

<sup>6</sup> Vj-021-003/2011. 7. sz. melléklet

<sup>7</sup> KDF-03526/005/2010 számon iktatott Schmidt Krisztina értékesítési asszisztens 2010. augusztus 30-i levele.

9. Az eljárás alá vont vállalkozás 2011. április 11-i nyilatkozatában<sup>8</sup> többféle megközelítésben is kifejtette azt, hogy milyen termékek tekinthetők magyarnak, és az adott szempontrendszer szerint a reklámozott sajtok miért tekintendők magyar terméknek:

a) A SPAR saját álláspontja

aa) azt a terméket tekinti magyarnak, amely előállítás, előállítás, bármely alapanyaga, gyártása, gyártatása, csomagolása, terjesztése, tárolása, szortírozása vagy nagy- és kiskereskedelmi forgalmazása során kötődést mutat Magyarországhoz. Amennyiben a termék bármely eleme Magyarországhoz kötődik, – álláspontja szerint – azt magyar terméknek lehet tekinteni.

ab) Az eljárás alá vont vállalkozás álláspontja szerint<sup>9</sup> a Cheeseland sajtkészítményeket több elem is köti Magyarországhoz, így például hogy azokat

- magyar tulajdonú vállalkozás állítja elő,
- hagyományos magyar receptúra és ízvilág alapján,
- a terméket kizárólag a magyar piacra fejlesztették ki, nem import termékről van szó, kizárólag a termék gyártatása illetve csomagolása történt fizikailag külföldön.

b) A SPAR álláspontja a jövőre vonatkozóan

Arra vonatkozó vizsgálói kérdésre, hogy a magyar termék jelölést tervezi-e alkalmazni reklámjaiban a továbbiakban is, az eljárás alá vont úgy nyilatkozott, hogy a magyar termékeknél igen, és kizárólag élelmiszertermékeknél, ezen belül is azoknál, amelyek előállítás, előállítás, bármely alapanyaga, gyártása, gyártatása, csomagolása, terjesztése, tárolása, szortírozása vagy nagy- és kiskereskedelmi forgalmazása kapcsán bármely elemükben Magyarországhoz köthetők, tervezi megkülönböztetni, tekintettel a konkrét szabályozás hiányában.<sup>10</sup>

c) A magyar átlagfogyasztó álláspontja a SPAR szerint

ca) Arra vonatkozó kérdésre, hogy a magyar átlagfogyasztó mely kritériumok alapján tekinti valamely terméket magyarnak, az eljárás alá vont úgy foglalt állást<sup>11</sup>, hogy – bár maga nem végzett felmérést – az általa elérhető kutatások<sup>12</sup> alapján akkor, ha

- az alapanyag Magyarországról származik,
- a gyártó cég tulajdonosai magyar állampolgárok,
- a receptúra a magyar ízlést tükrözi,
- a csomagolás és a jelölés magyar jellegre utal,
- a gyártó cég a magyarok számára munkahelyeket hoz létre, továbbá, ha
- a gyártó cég szociális, kulturális, sport vagy egyéb közösségi rendezvényeket szponzorál.

cb) Az eljárás alá vont vállalkozás álláspontja szerint az eljárással érintett termékek több ponton is Magyarországhoz köthetők, mivel magyar

- a termékeket gyártató cég,
- a receptúra,
- a csomagoláson olvasható jelölés, és
- a gyártató cég által foglalkoztatott állampolgárok is magyarok.

---

<sup>8</sup> Vj-21-003/2011. 11. pontja

<sup>9</sup> Vj-21-003/2011. 11. pontja

<sup>10</sup> Vj-21-003/2011. 17. pontja

<sup>11</sup> Vj-021-003/2011. irat 12. pontja.

<sup>12</sup> Lakner Z- - Szabó E. – Monspartné s. J.: The Country and region of Origin Effect in a Transition Economy, A Case Study of Hungary, Agrarwirtschaft 49, 2000, Heft 12. p. 411-417.

d) A magyar átlagfogyasztó álláspontja a SPAR által végzett közvélemény kutatás szerint

da) „A társaság a vásárlók között végzett közvélemény kutatást alapul véve helyezkedett arra az álláspontra, hogy amennyiben a termék bármely elemében Magyarországhoz köthető, a terméket magyarnak lehet tekinteni. Álláspontjuk szerint magyar terméknek tekinthető mindazon – elsősorban élelmiszeripari és vegyipari termék – amely gyártása, csomagolása, összetétele, recepturája alapján Magyarországhoz kötődik.”<sup>13</sup>

db) A Cheeseland sajtok

- magyar vállalkozás által „gyártott”,
- hagyományos magyar receptúra és ízvilág alapján előállított termékek.<sup>14</sup>

10. Az eljárás alá vont álláspontja szerint a fogyasztó vásárlói döntésében a termék ára, nem pedig a termék eredete játssza a döntő szerepet.

11. Az eljárás alá vont vállalkozás szerint a GVH a magyar termék jelző alkalmazása miatt indított versenyfelügyeleti eljárásai (az Aldi Magyarország Élelmiszer Bt., az Auchan Magyarország Kft. és a Hansa-Kontakt Kft. ellen) „alátámasztják azt a tényt, hogy az egyes termékek magyarországi kapcsolódása alapján a vállalkozások maguk határozzák meg, hogy mely szempontok alapján tartanak egy terméket a magyar termék jelzésével megkülönböztethetőnek.”

12. Álláspontja szerint nem történt fogyasztó megtévesztés, mivel – nézete szerint – csak olyan termékjellemző kapcsán lehet megtéveszteni a fogyasztókat, amelyek a vásárlásra vonatkozó döntéshozatalt lényegesen befolyásolják, és mint kifejtette, a vásárlók árérzékenyek, ezért a termék ára alapján döntenek, és a termék magyar jellege illetve Magyarországhoz való kötődése nem befolyásolja lényegesen a vásárlási szándékot.

13. Az eljárás alá vont vállalkozás szerint konkrét jogszabály hiányában nem valósulhat meg jogsértő tevékenység, így nem állapítható meg a fogyasztók megtévesztése, ezért kérte, hogy az eljárást a SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft.-vel szemben szüntesse meg a GVH.

14. A gyártó cég tulajdonosára és a termékek alapanyagainak származási helyére vonatkozó kérdésre az eljárás alá vont vállalkozás 2011. július 5-i beadványában<sup>15</sup> az alábbi nyilatkozatot tette:

- a) egyik sajt esetében sem rendelkezik a gyártó cég tulajdonosának nemzeti hovatartozására vonatkozó adattal, mivel az üzleti életben ez nem szokás, és az eljárás alá vont sem vizsgálja ezt,
- b) a termék alapanyagának származási helye – a magyar beszállító nyilatkozata alapján:
  - a Cheeseland kördobozos ömlesztett sajt esetében - Lengyelország,
  - a Cheeseland trappista sajt esetében – Németország.

15. Kérte annak figyelembe vételét, hogy a terméket magyar beszállítótól vásárolta a SPAR.

---

<sup>13</sup> Vj-21-003/2011. 18. pontja

<sup>14</sup> Vj-21-003/2011. 18. pontja

<sup>15</sup> Vj-21-10/2011

## V. A Versenytanács előzetes álláspontja

16. A Versenytanács előzetes álláspontjában jelezte, hogy annak megállapítását tervezi, hogy az eljárással érintett termékek „Magyar termék”-ként való hirdetése kapcsán a SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft. kereskedelmi gyakorlata – a 2010. július 29-től augusztus 4-éig és a 2010. augusztus 12-től 19-éig tartó időszakban érvényes reklámkiadványok – a bennük foglalt állításokra tekintettel – megvalósítja az Fttv. 6. §-a (1) bekezdése bc) pontját és ezzel megsérti az Fttv. 3. §-a (1) bekezdését, ezért a Tpvt. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján jogsértő.

17. A Versenytanács bírság kiszabását tartotta indokoltnak.

18. Súlyosító körülményként kívánta figyelembe venni a versenytanács azt, hogy

- a Cheeseland Bajor Trappista sajt kiemelt fotóméretben jelent meg a kiadványban, és
- az akciós katalógus által megvalósított megtévesztés az értékesítés helyén sem került orvoslásra, mivel az ömlesztett sajtok csomagolóanyagán származási helyként az Európai Unió szerepel, a trappista sajt csomagolásán ugyan feltüntetésre került az hogy, a származási hely Németország, de ez a felirat egyfelől alig látható, másrészt a termékből a sajt pultnál egy bizonyos mennyiséget kimérve megvásárló fogyasztó számára nem észlelhető. Mindkét terméktípus csomagolásán egy alig látható emblémában, egyéb adatok mellett elhelyezett felségjel (PL, DE) található, amely azonban a fogyasztó számára nem a megszokott forrás arra, hogy a származási helyről tájékozódjon.

19. A Versenytanács enyhítő körülményként kívánta figyelembe venni az alábbi körülményeket:

- az eljárással érintett termékek kommunikációi a vizsgált időszakban „Magyar termék” jelölés nélkül is megjelentek<sup>16</sup>,
- az eljárással érintett termékek hazai forgalmazója egy átlagos importőr céghez képest több tevékenységet fejt ki.<sup>17</sup>

## VI. Az eljárás alá vont kötelezettségvállalása

20. Az eljárás alá vont írásban benyújtott<sup>18</sup> és a Versenytanács észrevételei alapján pontosított<sup>19</sup> kötelezettségvállalása szerint vállalja, hogy

- a) a „magyar termék” megjelölést kizárólag olyan termék esetében alkalmazza, amely termékek (az alább ismertetett módon beszerzett információk alapján)
  - származási helye igazoltan Magyarország, továbbá
  - jellemző – a minőséget befolyásoló – alapanyagai magyarok (feldolgozott élelmiszerek esetén),
- b) a „magyar termék” megjelölést csak akkor használja, ha azt megelőzően a termék beszállítója – teljes bizonyító erejű okiratban – nyilatkozott arról, hogy
  - (i) a termék származási helye Magyarország (azon belül megjelölve a helyiségnév, cégnév, székhely/telephely/egyéb kapcsolat), és

---

<sup>16</sup> Az érintett hirdetések összefoglalása a vizsgálati jelentés 2. számú mellékletében található.

<sup>17</sup> A másodikként említett körülmény bizonyítás esetén vehető enyhítő körülményként figyelembe.

<sup>18</sup> Vj-021-017/2011

<sup>19</sup> Vj-021-018/2011 és Vj-021-022/2011

- (ii) feldolgozott élelmiszerek esetén a termék jellemző – a minőséget befolyásoló – alapanyagai magyarok, tételesen felsorolva az alapanyagokat, előállítóikat és az előállítás Magyarországon belüli helyszínét,
- c) a termék csomagolásán feltüntetett információk és a termék gyártójánál végzett helyszíni audit révén a „magyar termék” megjelölés használatának megkezdése előtt – és azt követően rendszeresen, de legalább évente egy alkalommal audit révén is – ellenőrzi, hogy a szállító által nyilatkozatban vállalt magyar származást igazoló tényezők valóban megvalósulnak-e.

Kizárólag ezen feltételek együttes teljesítése esetén alkalmazza a „magyar termék” megjelölést mindaddig, amíg a jelölés alkalmazhatóságának feltételeit részletesen szabályozó jogszabály(ok) hatályba nem lép(nek).

A fenti kötelezettségvállalást belső utasításba foglalja, melyet 2012. február 15. napjáig megküld a Gazdasági Versenyhivatal részére.

## **VII. Jogi szabályozás**

21. A 2008. szeptember 1-jével kezdődően tanúsított magatartásokra az Fttv. rendelkezései irányadók.

Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése szerint ez a törvény állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, valamint az ilyen kereskedelmi gyakorlat tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre vonatkozó követelményeket, és az azok megsértése esetén irányadó eljárás szabályait. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint a törvény hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely a Magyar Köztársaság területén valósul meg, továbbá arra is, amely a Magyar Köztársaság területén bárkit fogyasztóként érint.

Az Fttv. 2. §-ának a) pontja szerint fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy. Ugyanezen jogszabályhely d) pontja szerint kereskedelmi gyakorlat a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenysége vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja, valamint h) pontja szerint ügyleti döntés a fogyasztó arra vonatkozó döntése, hogy kössön-e, illetve hogyan és milyen feltételek mellett kössön szerződést, továbbá hogy gyakorolja-e valamely jogát az áruval kapcsolatban.

Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése alapján tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat.

Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat,

- a) amelynek alkalmazása során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhíszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el (a továbbiakban: szakmai gondosság követelménye), és
- b) amely érzékelhetően rontja azon fogyasztó lehetőségét az áruval kapcsolatos, a szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, akivel kapcsolatban alkalmazzák, illetve akihez eljut, vagy aki a címzettje, és ezáltal a fogyasztót olyan

ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg (a továbbiakban: a fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas.

Ugyanezen szakasz (3) bekezdése értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).

Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése szerint a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve áru nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is. Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni.

Az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdése szerint megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény - figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az alábbiak közül egy vagy több tényező tekintetében és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas

- a) az áru létezése, természete, figyelembe véve a termékmegnevezésére vonatkozó jogszabályi előírásokat is,
- b) az áru lényeges jellemzői, így különösen ba) kivitelezése, összetétele, műszaki jellemzői, tartozékai, bb) mennyisége, bc) származási helye, eredete, bd) előállításának vagy szolgáltatásának módja és időpontja, be) beszerezhetősége, szállítása, bf) alkalmazása, a használatához, fenntartásához szükséges ismeretek, bg) az adott célra való alkalmassága, a használatától várható eredmények, előnyei, bh) veszélyessége, kockázatai, bi) környezeti hatásai, bj) az egészségre gyakorolt hatása, vagy bk) tesztelése, ellenőrzöttsége vagy annak eredménye.

Az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése szerint a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll.

Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a GVH jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.

Az Fttv. 11. §-ának (1) bekezdése szerint a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál – a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével – a következő szempontok irányadóak:

- a) az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközének jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára vagy a jogsértéssel érintett áru mennyiségére, vagy
- b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján.

Az Fttv. 14. §-a alapján a vállalkozás – az eljáró hatóság felhívására – a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát igazolni köteles. Ha a vállalkozás nem tesz eleget ennek a kötelezettségnek, úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak. Erre a vállalkozást a hatóság felhívásában figyelmeztetni kell.

Az Fttv. 19. §-ának c) pontja szerint a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az e törvényben meghatározott eltérésekkel a Gazdasági



Versenyhivatal eljárása tekintetében a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) rendelkezéseit kell alkalmazni.

22. A Tpv. 75. §-ának (1) bekezdése szerint ha a hivatalból indult versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált magatartás tekintetében az ügyfél kötelezettséget vállal arra, hogy magatartását meghatározott módon összhangba hozza a Tpv., illetve az EK-Szerződés 81-82. cikkének rendelkezéseivel, és a közérdek hatékony védelme e módon biztosítható, az eljáró versenytanács végzéssel - az eljárás egyidejű megszüntetésével - kötelezővé teheti a vállalat teljesítését, anélkül, hogy a végzésben a törvénysértés megvalósulását, vagy annak hiányát megállapítaná. A végzés ellen külön jogorvoslatnak van helye (82. §). A (2) bekezdés értelmében az (1) bekezdés szerinti végzés meghozatala nem zárja ki azt, hogy az ügyben - a körülmények lényeges változása miatt, illetve akkor, ha a végzés a döntés meghozatala szempontjából fontos tény félrevezető közlésén alapult - újabb versenyfelügyeleti eljárás kerüljön megindításra. Az újabb versenyfelügyeleti eljárás során rendelkezni kell a korábban az (1) bekezdés alapján hozott végzésről.

23. Az Fttv. 27. §-ának (3) bekezdése rögzíti, hogy a Tpv. 75. §-a szerinti kötelezettségvállalás alkalmazásának akkor is helye lehet, ha az ügyfél a vizsgált magatartással időközben felhagyott. Ilyen esetben a magatartás megisméltetésétől való tartózkodásra lehet kötelezettséget vállalni.

24. A Tpv. 76. §-a (1) bekezdésének a) pontja alapján a vizsgáló utóvizsgálatot tart a 75. § szerinti végzésben meghatározott kötelezettség teljesítésének ellenőrzése érdekében. A (4) bekezdés a) pontja rögzíti, hogy az eljáró versenytanács a vizsgáló jelentése alapján az (1) bekezdés a) pontja szerinti esetben, ha az ügyfél a kötelezettséget nem teljesítette, végzéssel bírságot (78. §) szab ki, kivéve, ha a körülmények változására tekintettel a kötelezettség teljesítésének kikényszerítése nem indokolt; ilyen esetben, továbbá akkor, ha az ügyfél a kötelezettséget teljesítette, az utóvizsgálatot végzéssel megszünteti.

## **VIII.**

### **A Versenytanács döntése**

25. A Versenytanács az eljárás során feltárt valamennyi tény és körülmény együttes mérlegelése után úgy ítélte meg, hogy a közérdek leghatásosabban eljárás alá vont jelen végzés 20. pontjában ismertetett vállalatának elfogadásával biztosítható, mely által a vizsgált magatartásnak a törvény rendelkezéseivel való összhangba hozása megvalósul. A vizsgálandó és rögzítendő adatok részletes felsorolása biztosítja, hogy a termék és étel-miszer esetén az alapanyag magyar származása kapcsán nem lehet mechanikusan eljárni. A kötelezettségek szabályzatba foglalása kellő garanciát jelent arra, hogy az eljárás alá vont magatartása hosszú távon a kötelezettségvállalásnak megfelelően alakul. A Versenytanács elegendőnek látta, hogy a kötelezettség a kérdéskört majdan szabályozó jogi norma hatályba lépéséig szolgáljon.

26. Mindezek alapján a Versenytanács a rendelkező rész szerint döntött.

## **IX. Egyéb kérdések**

27. Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése kimondja, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a GVH jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.

A gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál – a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével – az Fttv. 11. §-ának (1) bekezdése alapján a következő szempontok irányadóak:

- a) az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközének jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára, vagy a jogsértéssel érintett áru mennyiségére, vagy
- b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján.

Az eljárás alá vont a „Magyar termék” jelölést tartalmazó reklámkiadványokat a SPAR Csoporthoz tartozó valamennyi áruházát (348 SPAR szupermarket, 31 Interspar és 20 Kaiser's) érintően országosan terjesztette, amelyek az eljárás alá vont internetes oldalain is elérhetőek voltak a fogyasztók számára, valamint hogy az eljárás alá vont mérete és nettó árbevétele alapján jelentősnek mondható, így az Fttv. 11. §-a (1) bekezdésének a) és b) pontja alapján megalapozott a gazdasági verseny érdemi érintettsége, és ezáltal az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése alapján a GVH hatásköre az eljárásra.

Budapest, 2011. december 22.

dr. Miskolczi Bodnár Péter sk.  
előadó versenytanácsstag

dr. Dobos Gergely sk.  
versenytanácsstag

dr. Zlatarov László sk.  
versenytanácsstag

Kiadmány hitelül:

Márkus Elvira