



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

Kukoricázott a GVH

A Pioneer Hi-Breed Magyarország Kft. 2009 májusában négy országos mezőgazdasági szakmai folyóiratban „2008. évi kisparcellás kukorica kísérletek statisztikai elemzése” címmel közzétett reklámja megtévesztésre alkalmas volt – állapította meg a Gazdasági Versenyhivatal (GVH). Emiatt a vállalkozásnak egymillió forint bírságot kell fizetnie.

Magyarországon több fajtakísérleti rendszer működik. A kisparcellás fajtakísérleti rendszerek között található:

- a Mezőgazdasági Szakigazgatási Hivatal (MgSzH) fajtaminősítési-regisztrációs célú vizsgálata,
- a Gabonatermesztők Országos Szövetsége valamint a Vetőmagszövetség és TermékTanács (GOSZ-VSZT) által szervezett, az MgSzH által kivitelezett kísérlet,
- a Magyar Kukorica Klub regisztrált fajtákkal végzett kísérlete (Top20), amelynek a 2008. évi adatai az „Agrofórum” című szaklap 2009. januári, kukoricatermelőknek szóló „Extra27” számában kerültek közzétételre.

Ez a három kísérleti rendszer az ország több pontján vizsgálja, teszteli a kukoricahibrideket különböző, a termelők számára fontos szempontok szerint.

A Pioneer Hi-Breed Kft. egy egyetemi docenst bízott meg azzal, hogy összehasonlító statisztikai módszerekkel értékelje a kisparcellás kukoricakísérletek eredményeit. A Pioneer 2009 májusában saját neve, illetve a Pioneer logó alatt négy országos mezőgazdasági szakmai folyóiratban (Magyar Mezőgazdaság, AgroNapló, AgrárUnió, MezőHír) „2008. évi kisparcellás kukorica kísérletek statisztikai elemzése” címmel hirdetést tett közzé. Ebben a már említett tanulmányra hivatkozva közölte, hogy a 2008. évi eredmények statisztikai elemzése és a 2007-ben tapasztalt szakmai hibák alapján a Top20 kísérletek eredményei nem alkalmasak arra, hogy bárki hiteles, általános érvényű értékelést vagy ajánlást tegyen ezek alapján.

A GVH a rendelkezésére álló adatok alapján nem tudta egyértelműen megállapítani, hogy a Top20 esetében a 2007. év vonatkozásában lényeges szakmai hibák következtek-e be, amint arra a Pioneer Hi-Breed Kft. hivatkozott. Ugyanakkor szükségtelennek ítélte ennek további vizsgálatát, mert a reklám középpontjában – amint arra a címe is rámutat – a „2008. évi kisparcellás kukorica kísérletek statisztikai elemzése” áll. Ráadásul az a 2007. évi szakmai hibák létrehozására vonatkozó állítás esetleges elfogadása kapcsán sem bizonyított, hogy a Top20 kísérletek eredményei általában nem alkalmasak arra, hogy bárki hiteles, általános érvényű értékelést vagy ajánlást tegyen ezek alapján. Ilyen következtetést a reklám alapjaként hivatkozott, a 2008. évi statisztikai eredmények elemzését elvégző tanulmány sem enged meg. A tanulmány ugyanis pusztán azt mutatja meg, hogy

- az egyes kísérleti rendszerek eredményei mennyiben térnek el egymástól, mennyiben értenek egyet a kísérleti rendszerek,

- a különböző kísérleti rendszerek a hibrideket azonos módon ítélik-e meg,
- a vizsgált hibridek terméshozamai között van-e különbség.

A GVH kiemeli, a tanulmány alapján nem lehet arra vonatkozó következtetést tenni, hogy az egyes kísérleti rendszerek eredményei hibásak-e vagy sem, szakmailag megfelelőek-e vagy sem. Önmagában abból, hogy a kísérleti rendszerek között eltérés mutatkozik meg, s nem azonos módon ítélik meg a hibrideket, megalapozottan nem lehet arra a következtetés jutni, hogy valamelyik kísérleti rendszer nem minősül megfelelőnek, s az ezen rendszer keretében végzett kísérlet eredményei hibásnak tekintendők. A tanulmányban feltárt eltérésekből egyébiránt sem állapítható meg, hogy ha valamelyik kísérleti rendszer eredményei hibásnak is minősülnek, akkor melyik ez a kísérleti rendszer.

A GVH álláspontja szerint a reklám olyan állításokat/következtetéseket tulajdonított a tanulmánynak, amelyek abban nem szerepelnek. Mindez azt eredményezte, hogy a reklám megtévesztésre alkalmas volt. Mivel a Pioneer Hi-Breed Kft. megsértette a reklámtörvényt, egymillió forint bírságot kell fizetnie.

A GVH súlyosító körülményként értékelte, hogy a Pioneer a piac meghatározó szereplője. Az általa alkalmazott kereskedelmi kommunikáció az érintett üzletfelek igen pontos, célzott elérését tette lehetővé. Ez növelte a reklám hatékonyságát, bár a reklámot közzétevő szakmai lapok olvasói között átfedés lehet. Másrészt a Pioneer magatartása felróható volt, hiszen ismerte az általa megrendelt tanulmányt, mindazonáltal reklámjának tartalmát nem az abban foglaltakkal összhangban határozta meg.

Az ügy hivatali nyilvántartási száma: **Vj-110/2009**.

Budapest, 2010. április 22.

Gazdasági Versenyhivatal
Kommunikációs Csoport

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

<http://www.gvh.hu>