



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL

## **Nem mind magyar, ami annak látszik - megtévesztő hirdetések miatt indított eljárásokat a GVH**

**A Gazdasági Versenyhivatal észlelte, hogy több áruházlánc kereskedelmi kommunikációjában úgy hirdetett meg „magyar termék”-ként fogyasztási cikkeket, hogy azok előállításához használt alapanyagok egyes esetekben valószínűsíthetően nem magyar eredetűek, illetve a származási hely több esetben nem Magyarország.**

Amennyiben egy áruval kapcsolatban olyan, a versenyt érdemben érintő kereskedelmi gyakorlat kerül közzétételre, ahol felmerül a termék eredetét nézve a valótlan tájékoztatás lehetősége, a Gazdasági Versenyhivatal eljárást indít a Fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló törvény (Fttv.) alapján.

A CBA franchise-rendszer tagja, a **Hansa-Kontakt Kft.** a 2010. április 1. és 10. között érvényes reklámkiadványban olyan termékeket is magyar terméként hirdetett, amelyek származási helye nem Magyarország. Így például:

- a „Szerencsi Party étbevonó csomagolásán származási helyként Csehország volt megjelölve,
- a Tomi Kristály mosópor két változatban került be a hirdetési újságba, és mindkét termék csomagolásán az olvasható, hogy a gyártási és származási hely, a hivatkozott kódok szerint Ausztria, Lengyelország vagy Szerbia.

Ezen felül a 2010. május 6. és 15. közötti időszakban érvényes reklámkiadványában az ERU Camping teavajat szintén magyar terméként hirdette, azonban a termék származási helye Szlovákia.

Az **Aldi Magyarország Élelmiszer Bt.** „Magyar minőség” felirattal látja el nagy számú, a forgalmazásában lévő termékeket. A feliratot nemzeti színű háttér előtt kiemelten jeleníti meg az áruházi polccímkéken, televíziós reklámokban, reklámkiadványaiban, utcai plakátokon. Ezekon kívül internetes oldalain „Magyar minőség” menüpontot működtet, mely alatt 4-féle termékcsoporthoz (hűtött termékek, gyorsfagyasztott termékek, italok, egyéb termékek) tartozóan számos termék megjelenik.

A „Magyar minőség” szlogennek a magyar nemzeti színekkel való együtt alkalmazása – valószínűsíthetően tévesen – azt a látszatot keltheti a fogyasztóban, hogy magyar terméket vásárol, annak ellenére, hogy egyes ilyen szlogennel hirdetett termékek ugyan Magyarországon nyerték el forgalomba hozatali végső formájukat, ám a termékek előállításához használt alapanyagok egyes esetekben valószínűsíthetően nem magyar eredetűek.

Az **Auchan Magyarország Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.** 2010. augusztus 6-ától 12-ig terjedő időszakban megjelenő reklámkiadványában „Auchan Hungarikum” szlogennel olyan

termékek jelentek meg, amelyek nem tartoznak a közismert hungarikumok körébe. A szlogennek a magyar népi motívumokkal való együtt alkalmazása – valószínűsíthetően tévesen – azt a látszatot keltheti a fogyasztóban, hogy 100%-ban magyar terméket vásárol, azonban e termékeket valószínűsíthetően 100%-ban külföldi tulajdonban lévő vállalkozások állítják elő, és előállításukhoz használt alapanyagok egyes esetekben valószínűsíthetően nem magyar eredetűek. Az érintett termékekre példák az alábbiak:

- Rama margarin – Unilever Kft.
- Globus majonéz – Unilever Kft.
- Sága Foods pulykapárizsi – SÁGa Foods Zrt.
- Omnia kávé – Sara Lee Hungary Zrt.
- Boci csoki – Nestlé Hungaria Kft.
- Győri Keksz, Pilóta keksz – Danone Kft.
- Sió rostos őszibarack – Sió Eckes Kft
- Baba kozmetikumok – Unilever Kft.
- Borsodi sör – Borsodi Sörgyár Zrt. (Interbrew)
- Soproni sör – Heineken Hungária Sörgyárak Zrt.

A **SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft.** 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 úgy hirdetett meg „magyar termék”-ként termékeket, hogy azok származási helye nem Magyarország. Így például:

- a 2010. július 29-től augusztus 4-ig tartó időszakban többféle Cheeseland kördobozos ömlesztett sajtot a „Magyar termék” felirat és a nemzeti színek együttalkalmazásával hirdette, azonban a termékek származási helye Lengyelország,
- a 2010. augusztus 12-től 18-ig terjedő időszakban a Cheeseland Trappista sajtot kiemelt méretű fotóval, szintén a „Magyar termék” felirat és a nemzeti színek együttalkalmazásával hirdette, azonban a termékek származási helye Németország,

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

A vállalkozások a kereskedelmi kommunikációjuk révén valószínűsíthetően megvalósították az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének b) pontjában foglalt rendelkezéseket és ezzel valószínűsíthetően megsértették az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését. A fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt a Gazdasági Versenyhivatal versenyfelügyeleti eljárást indít a fent említett vállalkozásokkal szemben.

A GVH egyre több információval rendelkezik (panaszok, bejelentések, kutatások, piaci jelzések) arról, hogy a fogyasztók számára –elsősorban élelmiszer termékek vásárlásakor– fontos, hogy magyar termékeket vásároljanak. A vásárlók egyre gyakrabban mérlegelik az élelmiszerek alapanyagának eredetét.

Az ügyek hivatali nyilvántartási száma: **Vj-88/2010., Vj-8/2011., Vj-17/2011., Vj-21/2011.**

Budapest, 2011. március 24.

Gazdasági Versenyhivatal  
Kommunikációs Csoport

További információ:

Gondolovics Katalin

Gazdasági Versenyhivatal

cím: 1054 Budapest, V. ker. Alkotmány u.5.

levél: 1245 Budapest, 5. Pf. 1036

tel: +36-30 618-6618

email: [sajto@gvh.hu](mailto:sajto@gvh.hu)

<http://www.gvh.hu>