



1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

Levélcím: 1391 Budapest 62. Pf.: 211.

Telefon: (06-1) 472-8865, **Fax:** (06-1) 472-8860

Ügyszám: Vj/45/2016.

Iktatószám: Vj/45-60/2016.

Nyilvános változat

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa a Szecskay Ügyvédi Iroda (1055 Budapest, Kossuth tér 16-17.) által képviselt **Univer Product Zrt.** (6000 Kecskemét, Szolnoki út 35.) eljárás alá vont vállalkozással szemben fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt indult versenyfelügyeleti eljárásban - tárgyalás tartása nélkül - meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t.

Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy az Univer Product Zrt. 2015. április 9-től alkalmazott kereskedelmi kommunikációjával nem folytatott a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot és nem sértette meg az élelmiszerekre vonatkozó különös tájékoztatási szabályokat, amikor a termékcímkéken és a reklámjaiban

- az E-szám mentes mustár tekintetében és az E-szám mentes ketchup tekintetében azt állította, hogy terméke E-szám mentes, valamint
- az E-szám mentes ketchup tekintetében azt állította, hogy az 100%-ban magyar paradicsomot tartalmaz.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bírósághoz címzett, de a Versenytanácsnál benyújtható, vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel lehet kérni. A bíróság a pert tárgyaláson kívül bírálja el, a felek bármelyikének kérelmére azonban tárgyalást tart, mely kérelmet az ügyfél a keresetlevélben terjesztheti elő.

Az eljáró versenytanács meghozta továbbá az alábbi

v é g z é s t.

Az eljáró versenytanács az egyéb vizsgált magatartások tekintetében az eljárást megszünteti.

A végzés ellen a kézhezvételtől számított 8 napon belül a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróságnak címzett, de a Versenytanácsnál benyújtandó vagy ajánlott küldeményként postára adott jogorvoslati kérelemnek van helye.

A jogorvoslati kérelmet a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság nemperes eljárásban bírálja felül, amely során kizárólag okirati bizonyításnak van helye, azonban a bíróság a feleket a szükségeshez képest meghallgathatja.

Ha a jogorvoslatra jogosult az egybefoglalt határozat és végzés ellen is jogorvoslattal él, a határozat elleni jogorvoslat szabályait kell alkalmazni.

INDOKOLÁS

I.

A vizsgálat tárgya

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) a Vj/45/2016. számú végzésével 2016. május 26-án versenyfelügyeleti eljárást indított az Univer Product Zrt.-vel (a továbbiakban: Univer Zrt. vagy eljárás alá vont vállalkozás) szemben.
2. Az ügyindító végzés szerint a GVH észlelte, hogy az Univer Zrt. a 2015. március 25-től kezdődően közzétett reklámfilmjében és a termék címkéjén azt állította, hogy az Univer Ketchup terméke
 - „olyan természetes termék, amely E szám mentes, mely magatartásával a fogyasztóban valószínűsíthetően azt a képzetet erősíti, hogy az E számokkal jelölt összetevők olyan mesterséges adalékanyagok, melyek fogyasztása hátrányos lehet, ezért célszerű olyan terméket választani, melyben kevesebb vagy egyáltalán nincs E számmal jelölt összetevő, azaz természetes. Ezzel a magatartásával valószínűsíthetően megvalósította a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban Fttv.) 6. § (1) bekezdésének b) pontjában foglalt tényállást, mellyel megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat;
 - a reklámfilm főüzenete szerint valamennyi kiszerelés esetén, amennyiben E szám mentes jelöléssel ellátott, igaz rá, hogy összetevői E szám mentesek. Figyelemmel azonban a www.univer.hu honlapon az „E-szám mentes termék” jelöléssel ellátott 1 kg-os kiszerelésű Univer Ketchup vonatkozásában feltüntetett összetevőkre, az E szám mentes megjelölés valószínűsíthetően megtévesztő, mivel – a honlapon és a reklámfilmben is megjelenő fogyasztói üzenettel szemben – abban több olyan összetevő is található, melyek rendelkeznek E számmal. Ezzel a magatartásával valószínűsíthetően megsértette a fogyasztók élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásáról szóló, 2011. október 25-i 1169/2011/EU európai parlamenti és tanácsi rendelet (a továbbiakban: 1169/2011/EU rendelet) 7. cikk (1) bekezdés a) pontjában foglaltakat, valamint az Fttv. 6. § (1) bekezdésének b) pontjában foglaltakat, mellyel megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat;
 - továbbá 100%-ban magyar paradicsomot tartalmaz, mely magatartásával valószínűsíthetően megsértette a 1169/2011/EU rendelet 7. cikk (1) bekezdés a) pontjában foglaltakat, valamint az Fttv. 6. § (1) bekezdésének b) pontjában foglaltakat, mellyel megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat.”

3. A versenyfelügyeleti eljárás az eljárás alá vont vállalkozás a fentiekben ismertetett kereskedelmi gyakorlata megvalósítása során alkalmazott, valamint a kifogásoltakkal egyező tartalmú valamennyi kereskedelmi gyakorlatára terjedt ki, 2015. március 25. napjától kezdődően.
4. A vizsgáló a Vj/45-6/2016. számon iktatott, 2016. július 18-án kelt végzésével a versenyfelügyeleti eljárást kiterjesztette annak vizsgálatára, hogy az eljárás alá vont által 2015. március 25-től kezdődően közzétett azon kereskedelmi kommunikáció, mely szerint az Univer Mustár olyan természetes termék, amely E szám mentes, a fogyasztóban azt a képzetet erősíti-e, hogy az E számokkal jelölt összetevők olyan mesterséges adalékanyagok, melyek fogyasztása hátrányos lehet, ezért célszerű olyan terméket választani, melyben kevesebb vagy egyáltalán nincs E számmal jelölt összetevő, azaz természetes. Ezzel a magatartásával valószínűsíthetően megvalósította az Fttv. 6. § (1) bekezdésének b) pontjában foglalt tényállást, mellyel megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat.
5. A vizsgáló Vj/45-7/2016. számon iktatott, 2016. augusztus 3-án kelt végzésével a versenyfelügyeleti eljárást kiterjesztette annak vizsgálatára, hogy az Univer Zrt. a versenyfelügyeleti eljárást megindító és az azt kiterjesztő végzésben ismertetett, az Univer Ketchup és Mustár vonatkozásában közzétett kereskedelmi kommunikációval valószínűsíthetően megsértette a 1169/2011/EU rendelet 7. cikk (1) bekezdés a) pontjában foglalt tilalmat is.

II.

Az eljárás alá vont vállalkozás

6. Az Univer Zrt. 1998. április 6-án jött létre. A társaság főtevékenysége fűszer és ételízesítő gyártása¹.
7. Az eljárás alá vont vállalkozás öt telephelyen végez élelmiszeripari-, illetve sütőipari termelő- és értékesítő tevékenységet.
8. Az eljárás alá vont vállalkozás az általa gyártott és forgalmazott majonéz, mustár, ketchup, paprika alapú termékek és a paradicsom értékesítésében Magyarországon piacvezető, jellemző terméke még a gulyáskrém és salátaöntetek, valamint a különböző ízesítésű bébi italok és ételek.

¹ Vj/45-5/2016. számú irat

III.

Az érintett termék

9. A versenyfelügyeleti eljárásban közvetlenül érintett termékek az Univer Ketchup és az Univer Mustár termékek, amelyek különböző kiszerelésben kerülnek forgalomba.
10. Az Univer Ketchup összetevői: sűrített paradicsom (54%), ivóvíz, cukor, ételecet, keményítő, étkezési só, természetes fűszerkivonat.
11. Az Univer Mustár összetevői: ivóvíz, ételecet, mustármag, cukor, étkezési só, 2% alatti összetevők: fűszerek (kurkuma, babérlevél, koriandermag, feketebors, majoranna, köménymag).
12. Az első E-szám mentes ketchup (700 g) eladásának dátuma 2015. április 15., az első E-szám mentes mustár (640 g) eladásának dátuma 2015. április 9.²
13. A termékek a legtöbb kiskereskedelmi boltban kaphatók. Az eljárás alá vont az alábbi viszonteladókat nevezi meg: Auchan, CBA, COOP, Lidl, Metro, Penny, Real, Spar, Tesco, Unicoop, Fornetti, Kerekes Kft., egyéb kis és közepes méretű viszonteladók, Gasztró M (gasztronómiai partnerek).³
14. Az eljárás alá vont a hazai ketchup és mustár piacon betöltött szerepéről a következőket adta elő.⁴
15. [ÜZLETI TITOK]
16. [ÜZLETI TITOK]
17. [ÜZLETI TITOK]
18. [ÜZLETI TITOK]
19. A ketchup és mustár piac keresleti oldala kapcsán kiemelendő, hogy a magyar fogyasztó határozottan árérzékeny, azonban hazánkban is érezhetően erősödni látszik az a fogyasztói tendencia, mely szerint fontossá vált az élelmiszerek kapcsán a természetesség, az egészségesség, az adalékanyag-mentesség, ezzel párhuzamosan megfigyelhető a bio, háztáji, vagy kézműves termékek térnyerése is. Egy 2010-ben végzett, az Európai Bizottság által készített Eurobarometer felmérés⁵ szerint a fogyasztók 81 %-át aggasztja az adalékanyagok – úgymint színezékek, tartósítók vagy aromák – jelenléte az ételekben, italokban, 19 %-ot pedig nem aggasztja. Az Európai Bizottság, felismerve a fogyasztói igényt, felkérte az EFSA-t (Európai Élelmiszerbiztonsági Hatóság), hogy 2020-ig végezze el újra az adalékanyagok értékelését, vizsgálatát a legújabb tudományos álláspontok figyelembe vételével.

² Vj/45-2/2015. sz. irat

³ Vj/45-3/2015. sz. üzleti titkot tartalmazó irat (és Vj/45-15/2016. sz. irat)

⁴ Vj/45-3/2015. sz. üzleti titkot tartalmazó irat

⁵ Vj/45-57/2016. sz. irat: 1032 fő fogyasztói mintán végzett felmérés, forrás: www.efsa.europa.eu/en/corporate/pub/eurobarometer10

20. Maga az eljárás alá vont is készítettett fogyasztói felméréseket 2009-2013 között, melyekben szintén megjelent az a fogyasztói elvárás, hogy az élelmiszerek ne tartalmazzanak tartósítószer és mesterséges színezéket.⁶ A kutatásokból nyert fogyasztói válaszok egyértelműen rámutattak arra, hogy a zöldség, gyümölcs alapanyagú élelmiszerekben a fogyasztók hátrányosan értékelik az adalékanyagok jelenlétét (tartósítószer, mesterséges színezék, ízfokozók, citromsav és általában az adalékanyagok), illetve előnyösnek találják, ha ezek nincsenek benne az élelmiszerben.
21. Összességében tehát megállapítható, hogy mára a fogyasztók egy meghatározó része keresi a „természetes” és/vagy „egészséges” termékeket az élelmiszerek közt. Ezen fogyasztók feltehetően az átlagosnál több információt gyűjtenek a témában, jobban odafigyelnek a táplálkozással, egészséges életvitellel kapcsolatos hirdetésekre, ismeretterjesztő anyagokra. Az E-számokkal kapcsolatos hozzáférhető sajtóanyagok, információk is néha ellentmondásosak, nem feltétlenül segítik a fogyasztó eligazodását, mindazon túl a téma népszerűsége miatt számos információval találkozhat az átlagos fogyasztó.

IV. Tényállás

IV.1. A vizsgált kereskedelmi kommunikáció

22. Az eljárás alá vont előadása szerint a vizsgált kampányának kezdő időpontja 2015. május 25. volt, az országos TV megjelenéssel egyidejűleg, ugyanakkor az egyes járműreklámok esetén a járműveket már ezt az időpontot megelőzően kellett brandingelni, az egyes sajtóhirdetések és szállítói hirdetések esetén a leadások időpontja április volt, ettől függetlenül ezen leadások is a májusi megjelenésekhez tartoznak.
23. Az eljárás alá vont az első E-szám mentesként jelölt mustárt 2015. április 9-én, az első ilyen ketchupot 2015. április 15-én értékesítette. A becsatolt adatok szerint az első járműreklám 2015. április 15-én, az első újsághirdetés 2015. április 27-én, az első Univer Nyílt Napok rendezvényen leköszölt reklámok 2015. április 15-én kerültek a fogyasztók elé. A reklámozás a következő kereskedelmi csatornákon keresztül történt:

Kereskedelmi kommunikációs eszköz	Ketchup / mustár
Televízió reklám	ketchup
Banner	ketchup / mustár
Saját honlap	ketchup / mustár
Youtube	ketchup
Nyomtatott sajtó hirdetés	ketchup
Óriásplakát	ketchup

⁶ Vj/45-14/2016. sz. üzleti titokként kezelt irat 2/A-F. mellékletei

Járműreklámok	ketchup
E-dm hírlevél	ketchup / mustár
Display	ketchup / mustár
Rendezvények	ketchup / mustár
Facebook	ketchup / mustár
Közterület	ketchup
Reklámajándékok	ketchup
Szállítói hirdetések	ketchup / mustár
Mail zárás	ketchup / mustár

24. Az eljárás alá vont becsatolta a vizsgált termékekhez készített, 2014. szeptember 19-én kelt reklámügynökségi brief-et⁷, melynek releváns pontjai a következők voltak:

[ÜZLETI TITOK]

25. A következőkben az egyes reklámok ismertetésére kerül sor. Az egyes reklámok képét a Vj/45-3/2016., Vj/45-14/2016. sz. iratok CD mellékletei tartalmazzák.⁸

A televízió reklám

26. Az eljárás alá vont egyetlen televízió reklámot alkalmazott három kampánya során. A reklám megjelenési helyét és idejét az alábbi üzleti titkot tartalmazó táblázat mutatja be.

[ÜZLETI TITOK]

27. A televízió reklámban elhangzó szöveg:

Nagy Ervin:

Terítettél-e már Dezdemóna?

Úrnőm, csak egy falatot!

Enni, vagy nem enni? Az itt a kérdés.

Kislány:

Apa, nem a színpadon vagy.

Narrátor:

Az asztal körül jobb, ha minden természetes. Ezért készül az E-szám mentes Univer ketchup. 100%-ban magyar paradicsomból. Ketchup természetesen. Természetesen Univer.

28. A televízió reklám végén az alábbi szöveg olvasható:

Ketchup

Természetesen

Univer

E-szám mentes termékek

E-szám mentes Univer Ketchup termékeink

⁷ Vj/45-3/2016. számon iktatott adatszolgáltatás üzleti titokként kezelt 4. számú melléklete.

⁸ Az eljárás alá vont által becsatolt egyes hirdetésekről (szaklapokban megjelent hirdetések, partnertalálkozókon közzétett kommunikáció) vélelmezhető, hogy nem az Fttv. szerinti fogyasztók a címzettek, így ezen hirdetések értékelésére az Fttv. alapján nem kerülhet sor. Ezeket a kommunikációkat jelen döntés nem ismerteti.

Talpas tasakos: 350 g-os, 590 g-os
Az étel mellett a mozgás is legyen természetes
www.facebook.com/Etelizesito

Online hirdetések, bannerek

29. Az eljárás alá vont által alkalmazott online hirdetések, bannerek megjelenését (helyét, idejét) az alábbi táblázat foglalja össze:
- [ÜZLETI TITOK]
30. Ezek a hirdetések jellemzően az E-szám mentes ketchup/mustár termék képét, a ketchup esetében paradicsomos háttérben, valamint két zöld levéllel díszített zöldre festett körben „az E-szám mentes termékek” feliratot tartalmazzák (továbbiakban: E-szám mentes embléma). A hirdetéseken megjelenő szöveg rövid, rendszerint ennyi „Ketchup Természetesen Univer”.
31. A bannerekhez kötődő fogadóoldal a http://www.univer.hu/hu/ketchup_termeszeten_univer.html, továbbá a http://www.univer.hu/hu/termekeink/univer_izek/ketchup.html oldal. Ezek ismertetése az Univer Zrt. saját honlapjának bemutatása során történik.

Az Univer Zrt. saját honlapja – www.univer.hu

32. Az eljárás alá vont a vizsgált időszak alatt több alkalommal módosította honlapját, mely változásokról nem tud pontos információt adni a GVH számára. Nyilatkozata szerint azonban az E-szám mentes ketchup és mustár termékeket bemutató oldalak tartalma nem változott⁹. Az állítást alátámasztják a 2016. szeptember 8-án és 2015. november 21-én, 2015. július 11-én végzett vizsgálói honlapmentések¹⁰ is.
33. A vizsgált termékek (ketchup, mustár) az „Univer Ízek” fül alatt érhetők el. Megállapítható, hogy ez az oldal a bannerek fogadó oldalaként is jelölt http://www.univer.hu/hu/termekeink/univer_izek/ketchup.html oldal. Az oldalon a különböző kiszerelésű termékek külön képen, leírással rendelkeznek, a leírások szövege ugyanakkor a vizsgált – E-szám mentes – tartalom tekintetében megegyezik. Ez a mondat így szól: „Az új fejlesztésű E-szám mentes termékek grafikáján megjelenő zöld jelzés garantálja, hogy kedvenc ketchupja [vagy: mustárja] mentes minden E jelzésű adalékanyagtól.”
34. Nem mindegyik Univer ketchup és mustár E-szám mentes azonban: a ketchupok közül a 70 g-os tubusos ketchupon nincs rajta az E-szám mentes embléma, de a termékleírásban, a csomagoláson, a reklámokban sem jelenik meg ez a termék, illetve ennek a terméknek a képe. Ugyanígy a mustárok közül a Tormás Mustár terméke sem E-szám mentesként jelölt, és nem is az.

⁹ Vj/45-15/2016. sz. irat

¹⁰ Vj/45-17/2016. sz. irat

35. Az Univer Zrt. honlapján elérhető másik – a televízió reklám szövegére hasonlító – hirdetés, mely a bannerek másik megjelölt fogadóoldala is egyben a http://www.univer.hu/hu/ketchup_termeszetenen_univer.html címen volt elérhető. Ennek szövege így szól:

„Ketchup Természetesen Univer

Az asztal körül jobb, ha minden természetes! Ezért kedvenc Univer Ízei, mostantól adalékanyag-mentesen is elérhetőek. Keresse a 100%-ban természetes alapanyagokból készült, zöld „E-szám mentes” jelzéssel ellátott Univer ketchupokat és mustárokat, melyek íze pont olyan finom, ahogy megszokta.”

Nyomtatott sajtó

36. Az eljárás alá vont öt újságban hirdette az Univer Ketchup termékét. A hirdetések megjelenési helyét és idejét az alábbi táblázat mutatja be:

[ÜZLETI TITOK]

37. Az újságokban – azonos tartalommal – a következő kommunikáció:

„Ketchup Természetesen Univer

Az asztal körül jobb, ha minden természetes.

E-szám mentes Univer ketchup termékeink

Talpas tasakos: 350g-os, 590g-os

Flakonos: 470g-os

csípős 470g-os, 700g-os, 1000g-os

www.univer.hu

facebook.com/Eletizesito”

A hirdetés képi megjelenítése: paradicsomos háttérben egy E-szám mentes talpas tasakos ketchup képe és az idézett szöveg látható.

38. Az Univer által 2015. május 15-16., illetve egy évvel később a 2016. május 27-28. között szervezett „Tavaszi Nyílt Napok” kapcsán a Petőfi Népe c. lapban megjelent egy-egy cikk a rendezvényről, melyben az egyik hasáb címe az „E-szám mentes termékek” (mindkét évben a vizsgált termékek tekintetében ugyanez a szöveg volt olvasható). Az ide vonatkozó szövegrész:

„A vállalat minden területét – az alapanyag-termeléstől a marketingig – átszövik a fejlesztések és újdonságok. Ezek természetesen a fogyasztók számára is jól érzékelhetőek. A magyar gasztronómia klasszikusainak számító Piros Arany, Erős Pista, Gulyáskrém mellett a hétvégi rendezvényt követően már a boltok polcain is elérhetőek a 2015-ös tavasz Univer újdonságai: az E-szám mentes Univer ketchup és Univer Mustár. Az E-számok az Európai Unióban engedélyezett élelmiszer adalékanyagok kódjai. Az Univer Product Zrt. fogyasztónak visszajelzése alapján megfogalmazódott az az egyértelmű igény, hogy a közkedvelt Univer ízek megtartása mellett a cég olyan termékeket fejlesszen, melyek nem tartalmaznak E-számos adalékanyagokat, 100 százalékban természetes anyagokból készülnek. Ezen fogyasztói igény mentén a vállalat

2015 tavaszán a ketchup és mustár termékkategóriákban olyan termékek értékesítését kezdi el, melyek a fenti követelményeknek, azaz a teljes E-szám mentességnek tökéletesen megfelelnek; mindamellet megőrzik az ételízesítők közkedvelt ízeit. Az új fejlesztésű E-szám mentes termékek grafikáján megjelenő zöld jelzés alapján a fogyasztók biztosak lehetnek abban, hogy kedvenc mustárjuk és ketchupjuk mentes minden E jelzésű adalékanyagtól. Az Univer Product Zrt. elkötelezett abban, hogy a jövőben az e-szám mentes termékek körét szélesítse.”

Óriásplakát

39. Az eljárás alá vont egy óriásplakátot alkalmazott, melyen paradicsomos háttérben egy talpas tasakos E-szám mentes ketchup, az E-szám mentes embléma, és a „Ketchup Természetesen Univer” felirat látható.

Járműreklámok

40. Az eljárás alá vont az alábbi táblázatban összefoglalt járműreklámokat alkalmazta:
[ÜZLETI TITOK]
41. A járműreklámok az óriásplakátnál leírt képi és szöveges megjelenéssel rendelkeznek.

Az E-DM hírlevelek

42. Az e-dm hírlevelek megjelenési adatait az alábbi táblázat tartalmazza:
[ÜZLETI TITOK]
43. Egyes hírleveleken az E-szám mentes termék (mustár vagy ketchup) egy kisebb méretű rovatot kapott, melyekben az alábbi kommunikáció szerepel:
- „Az asztal körül jobb, ha minden természetes!” Ezért kedvenc Univer ízei mostantól adalékanyag mentesen is elérhetők. Részletek...”
 - „Pörgess szerencsekeréken” rovat: igen kis méretben szerepel az E-szám mentes termék képe is
 - „Újra itt a tavasz és a balatoni vízi szezon!”: egy E-szám mentes ketchupos járműreklámba öltöztetett hajó képe látható
 - „Tavaszi nyílt napok. Ismerje meg az E-szám mentes termékek világát!”
 - két hírlevél rovata egy nyereményjátékot hirdet, melyben igen apró képben látható az E-szám mentes termék képe

Egyes boltokban kihelyezett display-ek

44. Az eljárás alá vont kétféle displayt alkalmazott: az egyik display kizárólag az E-szám mentes flakonos ketchupot, a másik display a flakonos E-szám mentes ketchup és mustár, valamint a flakonos majonéz képét ábrázolja.
45. A displayek megjelenési adatait az alábbi táblázat mutatja be:

[ÜZLETI TITOK]

46. Az eljárás alá vont az alábbi, fogyasztóknak szóló rendezvényeken jelent meg, illetve szervezte többek között a vizsgált termékek reklámozása céljából:

[ÜZLETI TITOK]

47. A rendezvények során jellemzően az E-szám mentes termékek képei, mellette a zöld E-szám mentes embléma és a „Ketchup Természetesen Univer” felirat szerepeltek. Ezen kívül az Univer nyílt napra készült egy „E-szám mentes Univer Ketchup” rövidfilm is, melyben az Univer egyik munkatársa így nyilatkozik: „Az E-számok élelmiszeripari adalékanyagokat jelölnek. Amióta ipari élelmiszer-előállítás zajlik, azóta a fogyasztás jelentősen eltér térben és időben az előállítástól, ezért szükséges az adalékanyagok használata. Ezek az adalékanyagok természetesen megfelelő technológia és receptúra együttesével elhagyhatók. Az Univer két termékcsaládban vezetett be E-szám mentes termékeket; az Univer Mustár és az Univer Ketchup termékcsaládban. Ezek a termékek természetesen változatlan ízben kerülnek az Önök- fogyasztók – asztalára.”

Facebook-on elérhető hirdetések

48. Az eljárás alá vont 2015. május 26-tól kezdődően több Facebook posztot alkalmazott (vegyesen megjelenítve az Univer Ketchup és Univer Mustár termékeket), a www.facebook.com/UniverEletizesito/?fref=ts oldalon.¹¹ A facebook-on található reklámokon az E-szám mentes ketchup vagy mustár képe, a zöld E-szám mentes embléma látható.

Egyéb, közterületen közzétett reklámok

49. Az eljárás alá vont épülethálót, zászlót, paravánt használt reklámeszközként. Ezeken paradicsomos háttérben egy talpas tasakos ketchup, a zöld E-szám mentes embléma és a zászlós hirdetést kivéve a „Ketchup Természetesen Univer” felirat volt olvasható.
50. Ezen reklámok megjelenési adatait az alábbi táblázat mutatja be:

[ÜZLETI TITOK]

Reklámajándékok

51. Az eljárás alá vont reklámajándékokon keresztül is hirdette az E-szám mentes ketchupot. Ezeken a tárgyakon paradicsomos háttérben egy talpas tasakos ketchup, a zöld E-szám mentes embléma és a „Ketchup Természetesen Univer” felirat volt olvasható.

[ÜZLETI TITOK]

¹¹ Az eljárás alá vont Vj/45-14/2016. számú adatszolgáltatásnak 17.3 pontjában előadta, hogy a Facebook oldal webcíme az eljárás alatt megváltozott.

Szállítói hirdetések

52. A vizsgálattal érintett E-szám mentes ketchup és mustár képe számos viszonteladó hirdetésében, reklámújságjában megjelent. Ezekhez a reklámújságokhoz a képi anyagot az eljárás alá vont szolgáltatja, melyeket összefoglaló néven szállítói hirdetéseknek nevez.

Youtube-on elérhető reklám

53. Az eljárás alá vont az alábbi két linken¹² található két youtube videót alkalmazta.
54. Az első videó megegyezik a televízió reklámmal, a https://www.youtube.com/watch?v=x_8WaL3YSK4 oldalon található.
55. A második videó (referenciafilm) az <https://www.youtube.com/watch?v=pi6i54YGOuo> oldalon található, és a következő az E-szám mentes termékekre vonatkozó állításokat tartalmazza:

„Az Univer a kor igényeire válaszolva fejlesztette ki E-szám mentes termékeit, melynek köre folyamatosan bővül. Ezek az ételízesítők 100%-ban természetes anyagokból készülnek és nem tartalmaznak E-számos adalékanyagokat. Ebben az üzemben készül egyébként az Univer majonéz, a ketchup, a mustár és a több ízben is kapható salátaöntetek, valamint a McDonald's éttermek számára gyártott termékek, amelyek 1988-tól ízesítik a „mekis” fogásokat.”

A szöveg közben ezen a részen képileg is megjelennek a jelen versenyfelügyeleti eljárásban érintett termékek.

Mail zárás

56. Az eljárás alá vont előadta,¹³ hogy a céges e-mail címmel (@univer.hu) rendelkező munkatársai által küldött e-mailek záró képeként kétféle képi megjelenítést alkalmazott. Az egyikben paradicsomos háttér előtt az E-szám mentes talpas tasakos mustár és ketchup képe látható az E-szám mentes emblémával, míg a másikon szintén paradicsomos háttér előtt egy E-szám mentes talpas tasakos és egy flakonos ketchup képe látható, valamint a „Ketchup Természetesen Univer” felirat. Ezeket az ún. mail zárásokat az eljárás alá vont [ÜZLETI TITOK] között alkalmazta.

A termékcímkék

57. A termékeken a zöld E-szám mentes embléma látható.

¹² Utolsó letöltés 2016. augusztus 3.

¹³ Vj/45-12/2016. számon iktatott adatszolgáltatás 6.1 pontja.

58. Az E-szám mentes csomagolás az alábbi termékeken volt: Mustár XL tubus, Mustár 15 ml párna, Csípős Mustár 160 g tubus, Mustár 440 g flakon, Ketchup csípős 470 g flakon, Mustár 160 g tubus, Mustár 530 g üveg, Mustár 700 g üveg, Mustár 2200 g vödör, Ketchup 470 g csemege flakon, Ketchup 700 g flakon, Ketchup 1 kg flakon, Mustár 640 g flakon, Mustár 70 g tubus, Mustár 10 kg vödör, Mustár 5 kg vödör, Ketchup 350 g talpas tasak, Ketchup 590 g talpas tasak, Mustár 340 g talpas tasak.

IV.2. Az eljárás során beszerzett bizonyítékok

Az E-szám mentes Ketchup és Mustár összetevőire vonatkozó állítások kapcsán beszerzett bizonyítékok

59. A becsatolt adatokból (gyártmánylapok¹⁴, termékcímkék¹⁵, interneten található termékleírások) megállapítható, hogy az E-szám mentes ketchup és mustár valóban nem tartalmaz E-számos adalékanyagot. A ketchup összetevői: sűrített paradicsom (54%), ivóvíz, cukor, ételecet, keményítő, étkezési só, természetes fűszerkivonat. A mustár összetevői: ivóvíz, ételecet, mustármag, cukor, étkezési só, 2% alatti összetevők (fűszerek: kurkuma, babérlevél, koriandermag, feketebors, majoranna, köménymag).
60. A fenti adatokból az is megállapítható, hogy az összetevők természetes anyagoknak minősülnek.
61. A vizsgálat során felmerült annak a gyanúja, hogy az 1 kg kiszerelésű E-szám mentes Ketchup összetevőire nem teljesül az E-szám mentesség, illetve összetevői között van nem természetes anyag is, mivel a www.univer.hu honlapon szereplő termékleírásban E-számos összetevő is (nátrium-benzoát, kálium-szorbát, aromák) volt olvasható. Ezt igazolja a vizsgáló 2016. március 27-én végzett honlapmentése is¹⁶. Ez a termékleírás így szólt:
- „1 kg flakon
- Az Univer Ketchup egy finoman fűszerezett ketchup. Kellemes íze széleskörű felhasználást biztosít.*
- Összetevők: ivóvíz, cukor, sűrített paradicsom, ecet, módosított kukorica-keményítő, étkezési só, tartósítószer (Nátrium-benzoát, Kálium-szorbát), aroma. Vízoldható szárazanyag-tartalom: 28+/-2%”*
62. Az eljárás alá vont előadta, hogy kizárólag elírás, adminisztrációs hiba miatt szerepeltek rosszul a termék-összetevők, ugyanis az 1 kg kiszerelésű E-szám mentes ketchup valóban nem tartalmaz E-számos adalékanyagokat (tartósítószerket), sem aromát, és összetevői csak természetes anyagok. A termékleírásban szereplő hibákat 2016. június 1-jén észlelték és javították.¹⁷ Az új termékleírás így szól:

¹⁴ Vj/45-3/2016. üzleti titkot tartalmazó irat 5-7. sz. mellékletei (CD-n)

¹⁵ Vj/45-14/2016. üzleti titkot tartalmazó irat 10. melléklete (CD-n)

¹⁶ Vj/45-20/2016.

¹⁷ ld még: 2016. szeptember 12-i honlapmentés: Vj/45-20/2016

„Az Univer Ketchup egy finoman fűszerezett ketchup. Kellemes íze széleskörű felhasználást biztosít. Az új fejlesztésű E-szám mentes termékek grafikáján megjelenő zöld jelzés garantálja, hogy kedvenc ketchupja mentes minden E jelzésű adalékanyagtól.

Összetevők: paradicsom (1 kg ketchupban 1,8 kg paradicsom), cukor, ételecet, étkezési keményítő, só, fűszerkivonat”

A „100%-ban magyar paradicsomot tartalmaz” állításra vonatkozó bizonyítékok

63. Az eljárás alá vont vállalkozás előadta, hogy Magyarország egyetlen számottevő kapacitású ipari paradicsom feldolgozó üzemével rendelkezik, melyben paradicsom sűrítmenyt állít elő. Az előállított paradicsom sűrítmenyt nagyobb részben exportálja, kisebb részben saját termékeinek előállításához használja fel. Az eljárás alá vont előadta, hogy tudatosan használnak fel lokálisan termesztett paradicsomot, hiszen álláspontjuk szerint a hazai fogyasztók egyre növekvő hányada tekinti értéknek a termék, illetve alapanyagának hazai származását.
64. Az eljárás alá vont vállalkozás a Vj/45-3/2016. számú adatszolgáltatásának 9. számú mellékleteként csatolta a sűrített paradicsom előállításához szükséges termeltetési szerződéseket. Ezek tanúsága szerint az eljárás alá vont vállalkozás kizárólag magyarországi termelőkkel kötött szerződéseket, továbbá kötelezte a szerződő feleket arra, hogy az egységes területalapú támogatások és egyes vidékfejlesztési támogatások igényléséhez teljesítendő Helyes Mezőgazdasági és Környezeti Állapot fenntartásához szükséges feltételrendszer, valamint az állatok állategységre való átváltási arányának meghatározásáról szóló 50/2008. (IV. 24.) FVM rendelet előírásait betartja. Az eljárás alá vont álláspontja szerint a termeltetési szerződések garantálják, hogy kizárólag magyar termelőktől magyar földben termelt paradicsomot vásárolt fel 2014 és 2015-ben. Fentieken túlmenően az eljárás alá vont vállalkozás a vezető tisztségviselő nyilatkozatát is csatolta¹⁸, melyben nyilatkozik arról, hogy az eljárás alá vont 2015-ös gazdasági évben nem szerzett be import forrásból paradicsom sűrítmenyt, ketchup termékeink gyártásához külföldi eredetű paradicsom sűrítmeny felhasználására nem került sor.
65. Az eljárás alá vont Vj/45-3/2016. számú adatszolgáltatásának 12. számú mellékleteként csatolta a gyártási és felhasználási dokumentumokat, melyek igazolják, hogy a ketchup termékekbe kizárólag 30-as cikkszámmal kezdődő saját gyártású félkész paradicsom sűrítmenyek kerültek felhasználásra.

¹⁸ Vj/45-3/2016. számú adatszolgáltatás 11. számú melléklete.

Az E-szám mentesség és a termék természetes jellege kapcsán megfogalmazott állítások megítéléséhez szükséges bizonyítékok

66. A GVH megkereste az Országos Gyógyszerészeti és Élelmezés-egészségügyi Intézetet (OGYÉI) fordult¹⁹ és a következő kérdésekre kereste a választ:
- a. a 1333/2008/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet II. mellékletének az élelmiszer-adalékok uniós jegyzékének létrehozásával történő módosításáról szóló, 1129/2011/EU rendelet magyar nyelvi változatának helyesbítéséről szóló 1152/2013/EU bizottsági rendelet (2013. november 19.) II. mellékletében felsorolt, E-számmal jelölt élelmiszer-adalékanyagok közt található-e természetes anyag,
 - b. a végső fogyasztónak szánt élelmiszerek összetevői lehetnek-e olyan nem E-számmal jelölt anyagok, melyek mesterséges anyagoknak minősülnek.
67. A feltett kérdésekre az OGYÉI Országos Élelmezés- és Táplálkozástudományi Intézet (továbbiakban: OÉTI) Főigazgatóság 2016. szeptember 1-jén kelt válaszában kifejtette²⁰, hogy az élelmiszer-adalékanyagokról szóló 1333/2008/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet II. mellékletében felsorolt, E-számmal jelölt élelmiszer-adalékanyagok között találhatóak természetes, illetve természetes eredetű és mesterséges anyagok is. Természetes anyagok például a céklavörös (E162) és a klorofill (E140), amely színezékek növényi nyersanyagokból izolált pigmentek, melyek a kiindulási alapanyagok tulajdonságait tartalmazzák, azonban színező képességük koncentrált és „E-számmal” rendelkeznek. Továbbá az antioxidánsok között természetes adalékanyagok például a tokoferolok (E306—E309). Mesterséges adalékanyagok közé tartozik például színezékek közül a kinolinsárga (E104) és az alluravörös AC (E129), az édesítőszer közül pedig az aszpartám (E951) és a szacharin (E954).
68. Ezt követően a GVH azt a kérdést²¹ tette fel az OGYÉI OÉTI-nek, hogy a végső fogyasztónak szánt élelmiszerek összetevői lehetnek-e olyan nem E-számmal jelölt összetevők, amelyek mesterséges anyagoknak minősülnek.
69. Az OGYÉI OÉTI 2016. szeptember 6-án kelt válaszában²² előadta, hogy az élelmiszerek összetevői között előfordulhatnak olyan mesterséges komponensek, amelyek a vonatkozó hatályos jogszabályok értelmében nem minősülnek élelmiszer-adalékanyagnak, nem rendelkeznek E-számmal. Az élelmiszerek előállításához felhasználható aromák nem rendelkeznek E-számmal és közöttük számos szintetikus anyag található, mint például a vanília pótlására, illetve helyettesítésére nagy mennyiségben használt etil-vanillin, illetve a mesterséges eper aroma. Továbbá az élelmiszerekhez hozzáadható vitaminok között is találhatóak mesterséges anyagok, melyek nem rendelkeznek E-számmal, ilyenek például a szintetikus K- és D-vitaminok.

¹⁹ Vj/45-9/2016.

²⁰ Vj/45-16/2016.

²¹ Vj/45-12/2016.

²² Vj/45-13/2016.

70. Az eljáró versenytanács megkereste az eljárás alá vont fontosabb versenytársait annak tisztázása céljából, hogy a versenytárs termékeknek milyen összetevőik vannak, tartalmaznak-e E-számos természetes vagy mesterséges összetevőket.
71. A Maresi Foodbroker Kft.²³, mely a Felix ketchup és a Maille mustár márkák forgalmazója, előadta, hogy termékeinek összetevői között vannak
- olyan E-számmal jelölt összetevők, amelyek mesterséges anyagoknak minősülnek, ezek a kálium-szorbát (E 202), kálium-metabiszulfid (E 224), nátrium-szulfid (E 221), mesterségesen is előállítható: ecetsav (E 260), citromsav (E 330), tejsav (E 270),
 - olyan E-számmal jelölt összetevők, amelyek természetes anyagoknak minősülnek, ezek a szteviol-glikozid (E 960), szukralóz (E 955), ecetsav (E 260), citromsav (E 330), tejsav (E 270), klorofill (E 141), arabiai gumi (E 414), xantán gumi (E 415), karamell (E 150c), riboflavin (E 101),
 - olyan mesterséges anyagnak minősülő összetevők, amelyeket nem E-számmal jelöltek, ezek az aromák.
72. A CBA Kereskedelmi Kft.²⁴ előadta, hogy az Univer Zrt., azaz az eljárás alá vont által gyártott termékeket kínálja CBA saját márkás mustárként és CBA saját márkás ketchupként. Ezen termékek összetevői között vannak
- olyan E-számmal jelölt összetevők, amelyek mesterségesek, így az 500 g-os CBA Ketchupban: nátrium-benzoát (E 211), kálium-szorbát (E 202), módosított keményítő (E 1422); a 470 g-os CBA Mustárban pedig színezék (szulfitos-ammóniás karamell) E 150d;
 - nincs olyan E-számmal jelölt összetevő, amelyik természetes anyagnak minősül.
73. A Spar Magyarország Kereskedelmi Kft.²⁵ részére az Univer Zrt. kizárólag saját márkás mustárt gyárt. Ebben
- nincs olyan E-számmal jelölt összetevő, amelyik mesterséges anyagnak minősül,
 - nincs olyan E-számmal jelölt összetevő, amelyik természetes anyagnak minősül,
 - nincs olyan mesterséges anyag, amelyet nem E-számmal jelöltek.
74. A Penny Market Kft.²⁶ részére az Univer Zrt. kizárólag saját márkás mustárt gyárt, mely termék neve Penny Mustár (640 g). Ebben
- van olyan E-számmal jelölt összetevő, amely mesterséges anyagnak minősül: szulfitos-ammóniás karamell (E 150d),
 - nincs olyan E-számmal jelölt összetevő, amely természetes anyagnak minősül,

²³ Vj/45-41/2016. sz. irat

²⁴ Vj/45-42/2016. sz. irat

²⁵ Vj/45-47/2016. sz. irat

²⁶ Vj/45-49/2016. sz. irat

- nincs olyan mesterséges anyag, amely nem E-számmal jelölt összetevőnek minősül.
75. A CO-OP Hungary Zrt.²⁷ saját márkás ketchup és mustár összetevői között
- vannak olyan E-számmal jelölt összetevők, amelyek mesterséges anyagoknak minősülnek: nátrium-benzoát (E 211), kálium-szorbát (E 202), módosított keményítő (E 1422),
 - nincs olyan E-számmal jelölt összetevő, amely természetes anyagnak minősül,
 - nincs olyan mesterséges anyag, amely nem E-számmal jelölt összetevőnek minősül.
76. A Tesco-Global Áruházak Zrt.²⁸ részére a saját márkás mustárt az Univer Zrt., a saját márkás ketchupot az AS-Foods Kft. gyártja. Ezekben a termékekben
- nincs olyan E-számmal jelölt összetevő, amely mesterséges anyag,
 - van olyan E-számmal jelölt összetevő, amely természetes anyag: kurkumin (E 100 – carry-over²⁹: E433, E 1520,
 - van olyan mesterséges anyag, amely nem E-számmal jelölt: kálium-szorbát (E 202), nátrium-benzoát (E 211).
77. Az IN-FOOD 2000 Kft.³⁰ forgalmazza a Heinz Ketchup változatait. Ezekben a termékekben
- nincs olyan E-számmal jelölt összetevő, amely mesterséges anyagnak minősül;
 - nincs olyan E-számmal jelölt összetevője, amely természetes (adalék) anyagnak minősül (Heinz Ketchup és Heinz Tomato Ketchup, Heinz Tomato Ketchup HOT, Csípős Ketchup 570 g, Heinz BIO Ketchup 580g-500 ml termékek esetében);
 - van olyan természetes adalékanyag, amely adalékanyag E-számmal jelölhető (Heinz Ketchup cukorral és édesítőszerrel 555 g, 500 ml termékek esetében – szteviol glikozidok);
 - nincs mesterséges anyag összetevőjük egyáltalán.
78. Az Unilever Magyarország Kft.³¹ nyilatkozatában előadta, hogy Magyarországon kiskereskedelmi területen a különböző kiszerelésekben a Globus Mustárt és a Globus Ketchupot forgalmazza, melyeket az Unilever csoport gyárt. Ezen kívül forgalmazza még a Hellmann's Mustárt, Ketchupot, de ezeket csak catering területen. Az E-számokkal kapcsolatban kifejtette, hogy ezek az Európai Unióban engedélyezett élelmiszer-adalékanyagok kódszámai (1333/2008/EK rendelet), amelyeknek a használata az összetevő listában egyszerűsítésként lehetséges, de nem kötelező. Nincs olyan jogszabályi kötelezettség, hogy ezeket az adalékanyagokat „mesterséges” vagy

²⁷ Vj/45-50/2016. sz. irat

²⁸ Vj/45-51/2016. sz. irat

²⁹ Tesco: a carry-over anyagok mesterséges anyagok

³⁰ Vj/45-52/2016. sz. irat

³¹ Vj/45-55/2016.

„természetes” adalékanyagokként kellene kategorizálni, megjelölni, illetve milyen szempontok alapján kellene definiálni. Ennek megfelelően az Unilever sem sorolja be az adalékanyagokat „természetes” vagy „mesterséges” adalékanyagokként. Álláspontja szerint amikor a cégek valamely élelmiszer vagy élelmiszer-adalékanyag természetes voltára kívánnak utalni, akkor a termék, illetve az adott adalékanyag, valamint ezek előállítási folyamatának mélyebb elemzése után alakítják ki az erre vonatkozó esetleges kommunikációjukat. Az Unilever a felsorolt termékeknél nem használja az E-számokat, hanem az élelmiszer-adalékanyagok teljes nevét jelöli, ami üzletpolitikai döntés a részéről.

V.

Az eljárás alá vont álláspontja

79. Az eljárás alá vont a részére észrevételezésre megküldött vizsgálati jelentésre – összhangban a versenyfelügyeleti eljárás során kifejtett álláspontjával³² - az alábbi észrevételeket tette.³³
80. Véleménye szerint a vizsgáló tévesen értelmezte az általa alkalmazott reklám üzenetét, figyelmen kívül hagyta az eljárás alá vont korábbi adatszolgáltatásaiban előadottakat, ezért a vizsgáló téves következtetést vont le. Ezért kérte, hogy az eljáró versenytanács állapítsa meg, hogy a magatartása nem jogsértő.
81. Kifejtette, hogy a reklámjai a termék összetevőire vonatkozóan adnak – szerinte nem vitatottan - valós tájékoztatást. A fogyasztói elvárásokra, a természetes élelmiszerek iránti, fogyasztói felmérésekkel igazolt, fogyasztói igényekre reagálva fejlesztette ki az E-szám mentes termékeket. Előadta, hogy ezek az ételízesítők 100%-ban természetes anyagokból készülnek, és nem tartalmaznak E-számos adalékanyagokat. Az eljárás alá vont leírta, hogy a reklámok pusztán ezt a tényt közlik, ezen kívül semmilyen egyéb üzenetet nem tartalmaznak, és egyáltalán nem említik, és még csak nem is sugallják azt, hogy az E-számmal ellátott adalékanyagok fogyasztása hátrányos lehet, illetve hogy az adalékanyagok mesterségesek. Álláspontja szerint a reklám pusztán az új termékről adott tájékoztatást, az összetevőkről adott valós tényközlés a fennálló fogyasztói attitűdöt nem befolyásolta, a reklámozónak semmilyen szándéka nem is irányult az általános fogyasztói attitűd befolyásolása.
82. Az Univer Zrt. előadta, hogy szerinte a vizsgálati jelentés nem határozza meg pontosan, hogy mit tekint jogsértő reklámnak, ezáltal ha jogsértés megállapítására és a jogsértő magatartás további folytatásáról való eltiltásra kerülne sor, akkor szerinte nem lehetne meghatározni, hogy az eltiltás milyen reklámkijelentésre vonatkozik pontosan.

³² Vj/45-3/2016. számon iktatott adatszolgáltatás 6.2 – 6.10 és 18. pontjai., valamint a Vj/45-14/2016. számú adatszolgáltatás 1. pontja

³³ Vj/45-56/2016.

83. Az eljárás alá vont kifejtette, hogy a vizsgáló a piaci helyzet és trend bemutatása során téves kiindulási pontra építi a jelentését, mert nem tekinthető újnak az a fogyasztói trend, hogy a fogyasztók kerülnek az adalékanyagot tartalmazó élelmiszertermékeket, mivel ez több mint egy évtizedre is visszanyúló trend. Kifogásolta továbbá azt, hogy a vizsgáló indokolatlanul összekapcsolja a "természetes" és "egészséges" kategóriákat a vizsgálati jelentésben. Reklámjaiban ugyanis semmilyen utalás nem szerepel arra, hogy a terméke "egészséges", vagy az egészségre hatással lenne.
84. Az eljárás alá vont álláspontja szerint a fogyasztókban kommunikációjától függetlenül, már korábban kialakult az egyértelmű igény az élelmiszerek természetességére és adalékanyag mentességére. Az Univer Zrt. szerint mindkettő igény már a kampány előtt jelen volt, így neki nem volt szüksége az ez irányú fogyasztói vélemény bármilyen befolyásolására. A fogyasztók az Univer Zrt. kommunikációjától függetlenül, már azt megelőzően, preferálták azokat a termékeket, melyek természetes anyagokat tartalmaznak, illetve preferálták azokat, melyek nem tartalmaznak adalékanyagokat. Hivatkozott e körben egy doktori disszertációra is, amely szerint „Az országok között az adalékanyagokkal kapcsolatos aggodalmi szint Magyarországon magasnak [...] mondható.” Az eljárás alá vont szerint a trend tehát nem új keletű, illetve kiemelte, hogy a trend erőssége egyre magasabb, mert 2006-ban a magyar fogyasztók 76%-a, míg 2010-ben 81%-a aggodalommal tekintett az élelmiszerekkel kapcsolatos adalékanyagokra.
85. Hangsúlyozta, hogy a reklám azoknak a tudatos és tájékozott fogyasztóknak szól, akik fokozott figyelmet fordítanak arra, hogy milyen összetételű élelmiszert vásárolnak. A tudatos fogyasztónak nincs szüksége - szemben a vizsgáló feltevésével - arra, hogy az "E-szám mentes" kifejezés valóságtartalmát ellenőrizze az üzleti döntése során. A vizsgáló tévesen értelmezte azt, hogy az átlagfogyasztó hogyan értelmezi a reklámját, illetve kifogásolta, hogy a vizsgáló összemossa a reklámfilm, a csomagoló anyag és egyéb reklámeszközök tartalmát.
86. Az Univer Zrt. a fő kommunikációs üzenetének részletes elemzése kapcsán előadta, hogy annak háttérében az áll, hogy az Univer Zrt. előtt ismert a természetes alapanyagokból készített termékek iránti fogyasztói igény, ezért készül a termék E-számmal jelölt élelmiszeripari adalékanyag mentesen és 100%-ban magyar paradicsomból és természetes alapanyagokból. Az Univer Zrt. szerint a kommunikáció tehát nem azt állítja, hogy a termék E-szám mentes, ezért természetes, hanem kifejezetten fordítva azt, hogy a termék természetes, ezért (= amit a gyártó úgy ér el, hogy) a termék E-szám mentes és természetes anyagokból készül. Kiemelte, hogy álláspontja szerint a reklám tömör üzenete a természetességet felsorolásszerűen több, együttesen meglévő, egymással nem keveredő, hanem párhuzamosan létező tulajdonság eredményeként írja le.
87. Az Univer Zrt. kifogásolta az ügyindító végzésben foglaltakat, mert a reklámjai az adalékanyagot tartalmazó élelmiszerekre vonatkozóan semmilyen állítást nem fogalmaztak meg, így negatív állítást sem tartalmaztak. A kommunikációja célja pusztán az, hogy tájékoztassa a természetes alapanyagokat preferáló, az adalékanyagokat elkerülni szándékozó fogyasztókat az új termékéről. Az Univer Zrt. e körben kiemelte, hogy részéről életszerűtlen és kifejezetten hátrányos volna, ha az E-

számokról negatív tartalmú üzeneteket közvetítene, mivel az Univer Zrt. által gyártott más termékkategóriáknak a többsége tartalmaz E-számos adalékokat.

88. Az eljárás alá vont kifogásolta a vizsgálati jelentésnek a fogyasztó által észlelt üzenet kapcsán tett megállapítását, mert szerinte az E-szám mentes kijelentés egyértelmű jelentése, hogy a termék nem tartalmaz E-szám megjelölésű adalékot. Az Univer Zrt. szerint semmilyen utalás a reklámban nem szerepel azzal kapcsolatban, hogy az ilyen termék egészségesebb, vagy jobb minőségű lenne. Ezért alaptalanul von le a vizsgáló olyan következtetést, miszerint a reklám tovább erősíthet az átlagfogyasztók között elterjedt nem megalapozott értelmezéseket egyes fogalmak, így az E-szám mentesség kapcsán.
89. Az OGYÉI válasz kapcsán megjegyezte, hogy az abban megjelölt példák irrelevánsak a mustár és a ketchup termékek tekintetében, ezeket az E-számmal ellátott adalékanyagokat a ketchup és a mustár gyártásához általában nem használják. Az Univer Zrt. előadta, hogy a vizsgáló nem tudta egyetlen idézettel sem alátámasztani azt, hogy az Univer Zrt. azt állította vagy sugallta, hogy valamely E-számos adalékanyag „aktív komponense” nem található meg a természetben. Az eljárás alá vont hozzátette, hogy a „természetes” adalékanyag és a „mesterséges” adalékanyag fogalmak definíciója nem szerepel egyetlen, az élelmiszer adalékokra vonatkozó jogszabályban sem, így önkényesnek és megalapozatlannak tekinthető az a megközelítés, mely az alapján minősít „természetesnek” egy adalékanyagot, hogy annak „aktív komponense” megtalálható valamilyen formában a természetben. Szerinte attól, hogy egy adalék előállításához természetes anyagot is felhasználnak (pl. cékla a céklavöröshöz), ahhoz még egyéb, nem természetes kemikáliákat is használnak.
90. Az Univer Zrt. kifogásolta azt, hogy a GVH a Magyarországon kapható ketchup és mustár termékek gyártóit és forgalmazóit azzal kereste meg, hogy vannak-e a termékeiknek olyan E-számmal jelölt összetevőik, amelyek mesterséges vagy természetes anyagoknak minősülnek, mert a megkeresésben található felosztás nem egyértelmű, mert nincs a felosztásnak jogszabályi háttere, így eltérő értelmezésre vezethet. E körben hivatkozott például arra, hogy két gyártó nyilatkozatában nem tartja egyértelműnek, hogy egyes adalékanyagokat (pl.: E960 szteviol glikozid, E330 citromsav) természetesként jelölnek meg, másokat egyidejűleg természetes és/vagy mesterséges forrásból származónak (tejsav, ecetsav). Megjegyezte, hogy ez a nem egyértelmű besorolás adódhat abból is, hogy a GVH általi természetes/mesterséges adalékanyag-csoportosítást az élelmiszerlánc szereplői (és a részükre kötelező érvénnyel alkalmazandó rendeletek) nem alkalmazzák.
91. Az eljárás alá vont szerint megalapozatlan a vizsgáló érvelése, hogy a reklám az „egészségességre” utalna. Az Univer Zrt. előadta, hogy az „egészség” szó, vagy annak bármely szinonimája egyetlen kampányelemben sem szerepelt, azt a reklámügynökségi brief sem említi. Így véleménye szerint egészségre vonatkozó állítást nem tett, ilyen hatást nem sugallt.
92. Az Univer Zrt. nem ért egyet a vizsgáló azon kifogásával, hogy az "E-szám mentes" felirat zöld háttérrel és falevelekkel jelenik meg, amely kifogást a vizsgáló nem indokol. Álláspontja szerint nincs akadálya a zöld szín használatának, ez nem befolyásolja a fogyasztói üzenetet.

93. Az eljárás alá vont szerint a „jobb minőség” sugallatát az adatszolgáltatás részét képező, az Univer Zrt. által elsősorban hosszabb kifejtést lehetővé tevő (pl. PR) cikkek szövege egyértelműen cáfolja.
94. Az Univer Zrt. megvizsgálta a Magyarországon kapható ketchup és mustár termékeket azok E-számos adalékanyag tartalom szempontjából annak alátámasztása céljából, hogy a versenytársi termékek túlnyomó többsége különféle E-számos adalékokat tartalmaz. A vizsgálat alapján az eljárás alá vont megállapította, hogy a ketchup esetében - az Univer Zrt.-n kívül - a forgalomban kapható 36 termékből 32 legalább egy, 30 termék több E-számos adalékanyagot is tartalmaz. A mustár esetében az Univer Zrt.-n kívül forgalmazott 33-ból 27 cikk legalább egy, 18 cikk több E-számos adalékanyagot is tartalmaz³⁴.
95. Az eljárás alá vont szerint nem került sor a fogyasztók megtévesztésére, így a bírság kiszabása indokolatlan.

VI.

Jogi háttér

Az Fttv. releváns rendelkezései

96. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése értelmében ez a törvény állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen jogszabályhely (2) bekezdése szerint e törvény arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely Magyarország területén valósul meg, továbbá arra is, amely Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint.
97. Az Fttv. 1. §-ának (4) bekezdés c) pontja értelmében külön törvény vagy az annak végrehajtására kiadott jogszabály a fogyasztók tájékoztatására vonatkozóan az e törvényben foglalt szabályokon túl részletesebb, illetve szigorúbb szabályokat írhat elő az áru egészségügyi vonatkozásaival vagy biztonságosságával összefüggő követelmények érvényesítése céljából.
98. Az Fttv. 2. §-ának
- a) pontja szerint fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy,
 - c) pontja rögzíti, hogy a törvény alkalmazásában áru minden birtokba vehető forgalomképes ingó dolog - ideértve a pénzt, az értékpapírt és a pénzügyi eszközt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket - (a továbbiakban együtt: termék), az ingatlan, a szolgáltatás, továbbá a vagyoni értékű jog,

³⁴ Vj/45-56/2016. sz. irat melléklete

- d) pontja értelmében a 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,
- e) pontja alapján kereskedelmi kommunikáció a vállalkozás önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével közvetlenül összefüggésben történő információközlés, függetlenül annak megjelenési módjától, eszközétől,
- h) pontja alapján az 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.
99. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése kimondja, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (2) bekezdés szerint tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, a) amelynek alkalmazása során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség 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. A (3) bekezdés kimondja, hogy a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).
100. Az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének b) pontja 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 áru lényeges jellemzői, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.
101. Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése előírja, hogy 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. Ugyanezen jogszabályhely (2) bekezdése szerint, ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportja magatartásának torzítására alkalmas, és ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni.
102. Az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése rögzíti, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll. A (2)

bekezdés értelmében az (1) bekezdés szerinti vállalkozás felel akkor is, ha a kereskedelmi gyakorlatot szerződés alapján más személy valósítja meg a vállalkozás érdekében vagy javára.

103. A Fttv. 14. §-a kimondja, hogy 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.

Ágazati szabályok

104. Az élelmiszerjog általános elveiről és követelményeiről, az Európai Élelmiszerbiztonsági Hatóság létrehozásáról és az élelmiszerbiztonságra vonatkozó eljárások megállapításáról szóló 2002. január 28-i európai parlamenti és tanácsi 178/2002/EK rendelet 2. cikke szerint a rendelet alkalmazásában az „élelmiszer” minden olyan feldolgozott, részben feldolgozott vagy feldolgozatlan anyagot vagy terméket jelent, amelyet emberi fogyasztásra szánnak, illetve amelyet várhatóan emberek fogyasztanak el.

Az 1333/2008/EK rendelet

105. Az élelmiszer-adalékanyagokról szóló, 2008. december 16-i európai parlamenti és tanácsi 1333/2008/EK rendelet (a továbbiakban: 1333/2008/EK rendelet) preambuluma (5) bekezdése szerint az élelmiszer-adalékanyagok olyan anyagok, amelyeket nem fogyasztanak önmagukban élelmiszerként, de az ebben a rendeletben említett technológiai célból, szándékosan adják az élelmiszerhez, például élelmiszer tartósítására. E rendeletnek valamennyi élelmiszer-adalékanyagra ki kell terjednie, és ezért a tudomány haladásának és a technológia fejlődésének tükrében naprakésszé kell tenni a funkcionális csoportok listáját. Nem minősülnek azonban élelmiszer-adalékanyagnak azok az anyagok, amelyeket zamat és/vagy íz hozzáadása érdekében vagy táplálkozási célokból használnak, mint például a sópótlók, a vitaminok és az ásványi anyagok. Nem tartoznak továbbá e rendelet hatálya alá az élelmiszernek minősülő, technológiai funkcióban használt anyagok, például a nátrium-klorid vagy a színezésre használt sáfrány, továbbá az élelmiszerenzimek. Mindazonáltal az élelmiszerekből és más természetes eredetű anyagokból az összetevőknek (pl. a színezőanyagoknak) a tápanyagoktól és az aromatikus összetevőktől való szelektív elkülönítésével nyert, a végső élelmiszerre technológiai hatást gyakorló készítményeket e rendelet értelmében adalékanyagnak kell tekinteni. Végül az élelmiszerenzimekre az élelmiszerenzimekről szóló, 2008. december 16-i 1332/2008/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet vonatkozik, amely kizárja e rendelet alkalmazását.
106. A rendelet 3. cikkének (2) bekezdés a) pontja rögzíti az élelmiszer-adalékanyag fogalmát. E szerint élelmiszer-adalékanyag bármely olyan anyag, amelyet - tekintet nélkül arra, hogy van-e tápértéke vagy sem - élelmiszerként önmagában általában nem fogyasztanak és nem használnak élelmiszerek jellemző összetevőjeként, továbbá amelynek az élelmiszer gyártása, feldolgozása, elkészítése, kezelése, csomagolása, szállítása vagy tárolása során az élelmiszerhez technológiai célból történő szándékos

hozzáadása azt eredményezi vagy ésszerűen elvárhatóan azt eredményezheti, hogy önmaga vagy származékai közvetlenül vagy közvetve az élelmiszer összetevőjévé válnak.

A 1169/2011/EU rendelet

107. A 1169/2011/EU rendelet preambuluma (20) bekezdése szerint az élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásra vonatkozó jogszabályoknak tiltaniuk kell az olyan információk használatát, amelyek félrevezethetik a fogyasztókat, elsősorban az élelmiszerek jellemzőit, hatásait vagy tulajdonságait illetően, vagy az élelmiszereknek gyógyhatást tulajdonítanak. A hatékonyság érdekében ezt a tilalmat az élelmiszerek reklámozására és megjelenítésére is alkalmazni kell.
108. Ezen rendelet 2. cikk (2) bekezdés f) pontja szerint összetevő minden anyag vagy termék, beleértve az aromákat, az élelmiszer-adalékanyagokat és élelmiszerenzimeket is, vagy összetett összetevő bármely összetevőjét is, amelyet élelmiszer előállításánál vagy elkészítésénél használnak fel, és a késztermékben még jelen van, akár módosult formában is; a szermaradványok nem minősülnek összetevőnek.
109. A 1169/2011/EU rendelet 7. cikkének (1) bekezdése szerint az élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatás nem lehet megtévesztő, különösen:
- a) az élelmiszer jellemzői és különösen annak jellege, azonossága, tulajdonságai, összetétele, mennyisége, eltarthatósága, származási országa vagy eredetének helye, előállításának vagy termelésének módja tekintetében;
 - b) az élelmiszer olyan hatással vagy tulajdonsággal való felruházása révén, amellyel az nem rendelkezik;
 - c) annak sugallása révén, hogy az élelmiszer különleges tulajdonságokkal rendelkezik, ha a szóban forgó tulajdonságokkal minden hasonló élelmiszer rendelkezik, különösen bizonyos összetevők és/vagy tápanyagok jelenlétének vagy hiányának kifejezett kiemelésével;
 - d) oly módon, hogy a termék megjelenése, a leírás vagy a képi ábrázolások a fogyasztó számára egy bizonyos élelmiszer vagy összetevő jelenlétét sugallják, noha valójában az élelmiszer egyik természetes alkotóelemét vagy szokásosan felhasznált összetevőjét más alkotóelemmel, illetve összetevővel helyettesítették.
- A (4) bekezdés szerint az (1), (2) és (3) bekezdést az alábbiakra is alkalmazni kell:
- a) reklámozás;
 - b) az élelmiszerek megjelenítése, különösen formájuk, megjelenésük vagy csomagolásuk, a használt csomagolóanyagok, elrendezésük módja és kiállításuk kellékei.
110. A 8. cikk (1) bekezdése szerint az élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásért felelős élelmiszer-vállalkozó az a vállalkozó, akinek neve vagy cégneve alatt az élelmiszert forgalomba hozzák.
111. Az 55. cikk szerint a rendelet rendelkezéseit 2014. december 13-ától kell – közvetlenül – alkalmazni.

112. Az élelmiszerláncról és hatósági felügyeletéről szóló 2008. évi XLVI. törvény (a továbbiakban: Éltv.) 2015. május 5-től hatályos 10. § (5) bekezdése szerint az 1169/2011/EU rendelet 7. cikk (1), (3) és (4) bekezdése a fogyasztóvédelemről szóló törvény alkalmazásában fogyasztóvédelmi rendelkezésnek minősül.

A Tpv. releváns rendelkezései

113. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a GVH eljárása tekintetében a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) rendelkezéseit kell alkalmazni.
114. A Tpv. 76. §-a (1) bekezdésének j) pontja értelmében az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja, hogy a magatartás nem jogsértő.

A közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (továbbiakban Ket.)

115. A Ket. 31. § (1) bekezdés i) pontja szerint a hatóság az eljárást megszünteti, ha hivatalból eljárásban a tényállás a határozat meghozatalához szükséges mértékben nem volt tisztázható, és további eljárási cselekménytől sem várható eredmény.

VII. Jogi értékelés

A GVH hatásköre és illetékessége

116. A GVH hatáskörét a versenyfelügyeleti eljárásra az élelmiszer, mint termék tekintetében a következő jogszabályok alapítják meg:
- az Fttv. rendelkezéseinek megsértése körében az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése;
 - a 2014. december 13-tól tanúsított magatartások vonatkozásában – az 1169/2011/EU rendelet 7. cikk (1), (3) és (4) bekezdésében foglalt rendelkezések megsértése körében – az Éltv. 25. § (3) bekezdése.
117. 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.
118. Az Fttv. 10. § (4) bekezdése szerint a (3) bekezdés nem alkalmazható az olyan kereskedelmi gyakorlat vonatkozásában, amely kizárólag
- a) a termék címkéjén (a terméken, annak csomagolásán vagy a termékhez egyéb módon rögzítve), a termékhez adott használati és kezelési útmutatóban vagy jótállási jegyben jelenik meg, vagy
 - b) a 7. § (3) bekezdésében említett tájékoztatási követelmény megsértésével valósul meg.

119. Az Fttv. 11. § (2) bekezdése alapján a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha
- a) a kereskedelmi gyakorlat országos médiaszolgáltatást végző médiaszolgáltatón keresztül valósul meg,
 - b) a kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű időszakos lap vagy legalább három megyében terjesztett napilap útján valósul meg,
 - c) a fogyasztók közvetlen megkeresésének módszerével végzett kereskedelmi gyakorlat legalább három megye fogyasztói felé irányul, vagy
 - d) az áru eladásának helyén alkalmazott eladásösztönző kereskedelmi gyakorlat legalább három megyében megszervezésre kerül.
120. Az eljáró versenytanács megállapította, hogy az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése és 11. §-a (2) bekezdésének a) és b) pontjai alapján a jelen ügyben gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, így a GVH hatásköre is, mivel az E-szám mentes ketchupok és mustárok népszerűsítésére szolgáló kereskedelmi gyakorlat – többek között – országos médiaszolgáltatást végző médiaszolgáltatón (pl. Duna Tv, M1, M2, M3, RTL) útján, országos terjesztésű időszakos lapok (pl. Magyar Konyha) útján valósult meg.
121. A termékcímkék vonatkozásában a GVH hatásköre az Fttv. 10. § (3)-(4) bekezdések együttes értelmezése alapján fennáll, tekintettel arra, hogy nem a termékcímkék képezik a vizsgálat kizárólagos tárgyát.
122. Az Fttv. 17. §-ának (1) bekezdése szerint az Fttv.-ben meghatározott hatóság jár el az e törvény szerinti eljárásban akkor is, ha külön törvény vagy kormányrendelet, illetve az annak végrehajtására kiadott jogszabály vagy az Európai Unió közvetlenül alkalmazandó jogi aktusa fogyasztókkal szembeni kereskedelmi gyakorlatra vonatkozó rendelkezésének megsértése tekintetében külön törvény vagy kormányrendelet így rendelkezik. Az ilyen eljárásban az eljáró hatóság vizsgálja mind az e törvény, mind pedig a külön törvény vagy kormányrendelet, illetve az annak végrehajtására kiadott jogszabály, illetve az Európai Unió közvetlenül alkalmazandó jogi aktusa fogyasztókkal szembeni kereskedelmi gyakorlatra vonatkozó rendelkezéseinek megsértését.
123. Az Fttv. 17. §-ának (2) bekezdése alapján, ha az eljáró hatóság azt állapítja meg, hogy a kereskedelmi gyakorlat a külön jogszabályi rendelkezést is megsérti, az Fttv.-ben meghatározott jogkövetkezmények mellett az (1) bekezdés szerinti külön törvényben, kormányrendeletben vagy az annak felhatalmazása alapján kiadott jogszabályban meghatározott bármely jogkövetkezményt alkalmazhatja, azzal, hogy bírságot a magasabb bírságösszeget lehetővé tevő rendelkezések szerint szab ki.
124. Az Éltv. 25. § (3) bekezdése szerint az 1169/2011/EU rendelet 7. cikk (1), (3) és (4) bekezdésében foglalt rendelkezések megsértése esetén az eljárás lefolytatására a Fttv.-ben meghatározott hatóság jogosult az ott meghatározott szabályok szerint azzal, hogy a végső fogyasztó az Fttv. alkalmazásában fogyasztónak minősül akkor is, ha nem természetes személy.
125. A fentiekre tekintettel a vizsgált magatartásra 2014. december 13-át követően a 1169/2011/EU rendelet rendelkezései alkalmazandók, figyelemmel arra, hogy az eljárás alá vont által alkalmazott tájékoztatások gazdasági reklámnak minősülnek, természetes

személy fogyasztóknak szólnak és élelmiszer termék kategóriába tartozó terméket népszerűsítene.

126. A GVH illetékessége a Tptv. 46. §-a alapján az ország egész területére kiterjed.

Felelősség a kereskedelmi gyakorlatért

127. Az Fttv. 9. §-a (1) és (2) bekezdései alapján elsődlegesen azon vállalkozás felelőssége állapítható meg egy feltételezetten tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tekintetében, amelynek az értékesítés, eladásösztönzés közvetlenül érdekében áll. Az Fttv. tehát az ún. „érdek-elvet” tekinti a felelősség megállapíthatósága alapjának.
128. Az eljárás alá vont vállalkozás felelőssége az Fttv. 9. § (1) bekezdése alapján megállapítható lenne jogsértés esetén, hiszen a termék értékesítése révén – a bevétel okán – anyagi érdeke fűződik a vizsgált kereskedelmi gyakorlathoz.
129. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat tekintetében az eljárás alá vont felelőssége az 1169/2011/EU rendelet 8. cikk (1) bekezdése alapján is fennáll, tekintettel arra, hogy az érintett terméket saját cégneve alatt hozta forgalomba.

Az érintett fogyasztói kör és az ügyleti döntés

130. A jelen versenyfelügyeleti eljárásban érintett termékek – E-szám mentes ketchup és mustár – általános jellegű élelmiszerek, bármely háztartásban helyet kaphatnak. Igaz ugyan, hogy vannak olyan fogyasztók, akik az átlagosnál nagyobb figyelmet fordítanak adott termék összetevőinek vizsgálata során arra, hogy van-e adalékanyag a termékben, illetve természetes alapanyagokból áll-e a termék, míg más fogyasztók választását nem befolyásolja ez a körülmény. A termék általános jellegére való tekintettel a termékkel érintett fogyasztói kör nem szűkíthető le valamely kiemelt tulajdonság alapján (pl. egészség, életkor), így megállapítható, hogy az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlatának megítélése során az ésszerűen tájékozott, adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel eljáró fogyasztó magatartásából kell kiindulni az Fttv. 4. § (1) bekezdése alapján.
131. A kereskedelmi gyakorlat akkor lehet megtevesztő, ha alkalmas a fogyasztó ügyleti döntésének befolyásolására.
132. Kiemelendő (összhangban az Fttv. indokolásával), hogy az ügyleti döntés fogalma szélesebb terjedelmű a fogyasztó gazdasági döntéseinek polgári jog szerinti fogalmánál, a szerződési akarat kifejezésénél. Ügyleti döntésnek minősül a fogyasztó azon döntése, amikor azonosítja a szükségletét és valamely vállalkozást vagy valamely szolgáltatást választja szükséglete kielégítésére.
133. A jogi értékelés szempontjából relevanciával bíró fogyasztói döntés meghozatala egy folyamat, amelynek nemcsak az egészét, hanem egyes szakaszait is védi a jog a maga eszközeivel. Ez a folyamat a fogyasztók figyelmének felkeltését is magában foglalja, s a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen magatartások, kereskedelmi gyakorlatok tilalma már e szakasszal kapcsolatban is érvényesülést kíván, így ez sem történhet tisztességtelen módon. Nemcsak az olyan magatartás lehet jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás,

amely érdemben kihatással van a folyamatra - ideértve a figyelem felkeltését is. Kifogásolható már önmagában az a körülmény, hogy a tisztességtelen magatartás, kereskedelmi gyakorlat hatására a fogyasztó felveszi a kapcsolatot a vállalkozással, keresi annak termékét.

134. Az eljáró versenytanács utal ebben a körben az Európai Bíróság egy előzetes döntéshozatal iránti kérelem kapcsán 2013. december 19-én hozott ítéletére³⁵, melynek megállapítása szerint az ügyleti döntés fogalma alá tartozik nem csupán az arra vonatkozó döntés, hogy a fogyasztó megvásároljon-e vagy sem egy terméket, hanem „az ilyen döntéssel közvetlen kapcsolatot mutató döntésre is, például arra vonatkozólag, hogy a fogyasztó belépjen-e az üzletbe.”
135. Jelen versenyfelügyeleti eljárásban ügyleti döntésnek tekintendő a fogyasztó azon döntése, hogy megvásárolja az E-szám mentes ketchup vagy mustár terméket vagy valamely versenytárs ketchup vagy mustár termékét.

A fogyasztó által észlelt üzenet

136. Az eljáró versenytanács mindenekelőtt leszögezi, hogy az egyes reklámállítások üzenetének vizsgálatakor azok összehatasából, fogyasztók általi lehetséges, logikus, ésszerű felhasználást követő és életszerű értelmezéséből szükséges kiindulni.³⁶ A reklámok üzenetének értelmezése során a joggyakorlat nem a vállalkozások szándékát, hanem a lehetséges fogyasztói tartalmat értékeli – figyelemmel a reklámokban megjelenő állításokra és az érintett termék jellemzőire, különös tekintettel a reklámban kiemelt jellemzőre.
137. Az eljárás alá vont számos kereskedelmi kommunikációs csatornán keresztül hirdeti az E-szám mentes ketchupot és az E-szám mentes mustárt. Ezen reklámok fő pontjai a következők:
- a. az Univer Zrt. E-szám mentes ketchupot és mustárt gyárt és forgalmaz, ez a boltokban megvásárolható,
 - b. az Univer E-szám mentes ketchup és mustár természetes, mely üzenet az alábbi módokon jelenik meg:
 - néhol (pl. www.univer.hu, újsághirdetések): 100%-ban természetes alapanyagokból;

³⁵ Az Európai Bíróság ítélete a C-281/12. számú ügyben.

³⁶ „A reklámozás jellegének megválasztásakor, valamint a népszerűsíteni kívánt termékre, szolgáltatásra vonatkozó információk közzétételkor meghatározó jelentőséggel bír a megjelenítés formája, a használt szlogen, a szövegbeli és képi tartalom, ezek elhelyezése, a használt betűnagyság és a tájékoztatás terjedelme. Ezen elemek alkalmazásakor - a reklámoknak - a Tptv. III. fejezete szerinti rendelkezéseknek meg kell felelniük, mivel a versenyhatóság - mint ahogy azt a perbeli esetben is tette - a megtévesztésre alkalmasság szempontjából a közzétett információ fogyasztókra gyakorolt összehatasát vizsgálja” (Lásd a Fővárosi Ítéltábla Vj/68/2006. számú ügyben hozott 2.Kf. 27.309/2007/6. számú ítéletét.)

- a televízió reklámban: az asztal körül jobb, ha minden természetes, ezért készül az E-szám mentes Univer ketchup;
- Ketchup Természetesen Univer (szinte minden hirdetésben);
- zöld E-szám mentes embléma (szinte minden hirdetésben);
- az Univer ketchup 100%-ban magyar paradicsomot tartalmaz.

Az E-szám mentes ketchup és mustár összetevőire vonatkozó állítások értékelése

138. Az első E-szám mentes címkével jelzett mustár 2015. április 9-én, az első E-szám mentes címkével jelzett ketchup 2015. április 15-én került forgalomba. Ezen időpontokat követően folyamatosan újabb kereskedelmi kommunikációk jelentek meg a vizsgálattal érintett termékekről.
139. A ketchupok és mustárok E-szám mentes címkézése, csomagolása során az eljárás alá vont a termékek címkéjének felső részén – jól látható módon - zöld háttérben szerepelteti az E-szám mentes feliratot.
140. Az eljárás alá vont előadta, hogy nem minden általa gyártott ketchup, mustár E-szám mentes, így pl. a torma mustár, illetve a 70g-os tubusos ketchup nem E-szám mentes. Ezek a termékek azonban nincsenek is így címkézve. Az E-szám mentes címkével ellátott ketchupok és mustárok viszont valóban nem tartalmaznak E-számos összetevőt.
141. A Vj/45/2016. sz. ügyindító végzés kitért arra, hogy az egyes kereskedelmi kommunikációkban E-szám mentesként címkézett 1 kg-os kiszerelésű ketchup feltételezhetően mégis tartalmaz E-számos adalékanyagot.
142. A versenyfelügyeleti eljárás során a vizsgálat nem csak az 1 kg kiszerelésű, hanem valamennyi, E-szám mentes címkével, jelöléssel ellátott ketchup és mustár termékekre kiterjedt. Az eljárás alá vont a különböző kiszerelésű termékek termékleírását, gyártmánylapját, címkéjét becsatolta, amelyek kellő mértékben alátámasztják az E-szám mentes címkével rendelkező termékek tényleges E-szám mentességét, más szóval adalékanyag-mentességét.³⁷ Az eljárás alá vont kiemelte, hogy az 1 kg kiszerelésű ketchup interneten elérhető termékleírásában az eljárás alá vontnál keletkezett adminisztrációs hiba következtében valóban tévesen szerepelt az összetevők listája, a termék azonban ekkor sem tartalmazott E-számos adalékanyagot, sem aromát, ezért - az elírás ellenére - ténylegesen igaz volt rá az, hogy E-szám mentes. Az eljárás alá vont 2016. június 1-jén a hiba észlelésekor az 1 kg-os ketchup interneten elérhető termékleírását javította.
143. Az eljáró versenytanács a fentiek alapján megállapítja, hogy az E-szám mentes mustárra 2015. április 9-től, az E-szám mentes ketchupra 2015. április 15-től alkalmazott címkék olyan termékeken szerepelnek, valamint a kereskedelmi kommunikációk olyan termékekre vonatkoznak, amelyek összetevői valóban mentesek az E-számoktól. Ezért

³⁷ Vj/45-3/2016. üzleti titkot tartalmazó irat 5-7. sz. mellékletei (CD-n); Vj/45-14/2016. üzleti titkot tartalmazó irat 10. melléklete (CD-n)

az eljáró versenytanács a Tpv. 76. § (1) bekezdés j) pontja alapján megállapítja, hogy az eljárás alá vont nem sértette meg a 1169/2011/EU rendelet 7. cikk (1) bekezdés a) pontját, sem – az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontjában megfogalmazott tényállás megvalósításának hiányában – az Fttv. 3. § (1) bekezdését.

A „100%-ban magyar paradicsomot tartalmaz” állítás értékelése

144. Az eljárás alá vont által alkalmazott kereskedelmi kommunikációk közül az interneten is elérhető (pl. youtube, saját honlap) – 2015. május 25-től sugárzott – televízió reklámban szerepelt a „100%-ban magyar paradicsomot tartalmaz” állítás. A vizsgált termékek közül csak a (különböző kiserelésű, csípős vagy normál) ketchup az állítással érintett termék. Az eljárás alá vont által benyújtott, 63-65. pontokban ismertetett bizonyítékok – a termelői szerződések, gyártási, felhasználási dokumentumok, a vezérigazgatói nyilatkozat - kellő mértékben alátámasztják azt az állítást, hogy az eljárás alá vont ketchup termékei teljes egészében magyar paradicsomból készülnek.
145. Ezért az eljáró versenytanács a Tpv. 76. § (1) bekezdés j) pontja alapján megállapítja, hogy az Univer Zrt. egyes, az E-szám mentes ketchupok körében 2015. május 25-étől alkalmazott kereskedelmi kommunikációiban a „100%-ban magyar paradicsomot tartalmaz” állítás tekintetében nem sértette meg a 1169/2011/EU rendelet 7. cikk (1) bekezdés a) pontját, sem – az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontjában megfogalmazott tényállás megvalósításának hiányában – az Fttv. 3. § (1) bekezdését.

Az E-szám mentesség és a termék természetes jellege kapcsán megfogalmazott állítások

146. Előjáróban rögzítendő, hogy az E-szám mentes ketchup és mustár gyártmánylapjai, termékleírásai és az eljárás alá vont nyilatkozatai alátámasztják, hogy a vizsgálattal érintett termékek összetevői természetesek, 100%-ban természetes alapanyagokból készültek.
147. Az ügyindító végzésben foglaltak azon a feltételezésen alapultak, hogy az eljárás alá vont azzal, hogy E-szám mentesnek, egyben „természetes” jelzővel hirdette a termékét, azt a képzetet keltette a fogyasztóban, hogy az E-számos termékben az E-szám mesterséges adalékanyagot jelent, amelynek fogyasztása hátrányos lehet, ezért célszerűbb nem E-számos, azaz természetes terméket választani. Az eljárás alá vont szerint azonban reklámjaiból ez a következtetés nem vonható le.
148. Az E-számok – a jogszabályi definíció szerint³⁸ – olyan anyagok, amelyeket élelmiszerként önmagában általában nem fogyasztanak és nem használnak élelmiszerek jellemző összetevőjeként, továbbá amelyeknek az élelmiszer gyártása, feldolgozása, elkészítése, kezelése, csomagolása, szállítása vagy tárolása során az élelmiszerhez technológiai célból történő szándékos hozzáadása azt eredményezi vagy ésszerűen elvárhatóan azt eredményezheti, hogy önmaga vagy származékai közvetlenül vagy

³⁸ Lásd az 1333/2008/EK rendelet 3. cikk (2) bekezdésének a) pontját

közvetve az élelmiszer összetevőjévé válnak. Ezen jogszabályi hely tehát nem tartalmazza sem a „mesterséges”, sem a „természetes” szavakat, tehát közvetlenül a jogszabályból nem következik, hogy az E-számmal jelölt adalékanyag mesterséges eredetű lenne, legfeljebb csak annyi, hogy technológiai célból, szándékosan kerül a termékösszetevők közé.

149. Azt kellett tehát e körben értékelni az eljáró versenytanácsnak, hogy a fogyasztó, amikor az E-szám mentes ketchup vagy az E-szám mentes mustár azon hirdetésével találkozik, ahol az E-szám mentesség mellett megjelenik a termék természetességének hangsúlyozása (pl. a „természetesen” felirattal, vagy zöld levéllel díszített emblémával, vagy a „jobb, ha természetes” szlogennel), vajon arra a következtetésre jut-e üzleti döntése szempontjából releváns módon, hogy az a termék, amely E-számos összetevőt tartalmaz, nem természetes, továbbá, hátrányos lehet-e számára az ilyen termék fogyasztása. Más szóval, a reklám összemossa-e az adott termék E-szám mentességét a termék természetességével, és abból következhet-e annak ellenkezője, mely szerint, ami nem E-szám mentes, az mesterséges, és fogyasztása kerülendő. Az eljárás alá vont valamennyi reklámeszközre közül ez a kérdés a televíziós reklámok kapcsán merül fel leghangsúlyosabban.
150. A televízió reklám első közzététele után a zöld E-számos embléma és a „természetesen” szöveg a legtöbb reklámeszközön megjelent.
151. Az eljáró versenytanács a reklám üzenete kapcsán kiemeli, hogy a vizsgált televíziós reklám a következő kommunikációt tartalmazza: „Az asztal körül jobb, ha minden természetes. Ezért készül az E-szám mentes Univer ketchup 100%-ban magyar paradicsomból. Ketchup természetesen. Természetesen Univer”. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint e reklámállításokból nem vonható le egyértelműen az a következtetés, hogy a termék „természetessége” annak E-szám mentességéből következne. Ezen állítások értelmezhetők akként is, hogy a termék „természetessége” több tulajdonságnak tudható be: annak hogy a termék adalékanyagoktól mentes és 100%-ban magyar paradicsomból készül. A reklám üzenete tehát nem egyértelmű, miközben nem kétséges, hogy az eljárás alá vont érintett termékei E-szám mentesek és csak természetes alapanyagokból állnak (lásd az eljárás alá vont nyilatkozatát a 9. pontban és az eljárás alá vont versenytársai által adott nyilatkozatokat).
152. Amennyiben a reklám üzenete – az előző pontban kifejtettek ellenére – mégis azt sugallná a fogyasztók egy része számára, hogy az eljárás alá vont terméke azért természetes, mert E-szám mentes, az eljáró versenytanács ez esetben sem látja bizonyítottnak, hogy a vizsgált reklámállítás egyben alkalmas arra is, hogy a fogyasztóknak azt az üzenetet közvetítse, hogy az E-számot tartalmazó termékek mesterségesek és így egészségtelenek. Mint azt az eljáró versenytanács az érintett termék bemutatása kapcsán ismertette (ld. a 19-21. pontokat), vannak olyan fogyasztók, akik hangsúlyt fektetnek arra, hogy adott termék összetevői között van-e E-számmal jelölt összetevő. Ugyanígy beazonosítható olyan fogyasztói réteg, amely a termékek összetevőinek természetességét tartja szem előtt. Ezt a fogyasztói réteget vélhetően nagyobb tudatosság jellemzi a termék-összetevők tekintetében, mindazonáltal nem állnak rendelkezésre olyan fogyasztói felmérések, amelyekből megismerhető lenne, hogy tudatosságuk milyen információkon alapul, tudásuk mennyire alapos. Feltehető, hogy azzal tisztában vannak, hogy az élelmiszerek hatásági vizsgálatok után

kerülhetnek csak a polcokra, tehát adott E-számos összetevő is élelmiszerbiztonsági vizsgálatokon esik át, azonban arra nézve nem áll rendelkezésre adat, hogy ezen fogyasztók tisztában vannak-e azzal, hogy az E-számmal jelölt összetevők milyen jellegű adalékanyagok. Időről időre sor kerül arra is, hogy egy-egy élelmiszer-összetevő értékelése megváltozik, pl. károsnak ítélnék meg egy korábban semlegesnek tartott összetevőt.

153. Az OGYÉI 67. pontban ismertetett adatszolgáltatása alapján vannak természetes, illetve természetes eredetű és mesterséges anyagok is az E-számmal jelölt anyagok között, azonban ezt a kategorizálást az élelmiszer-adalékanyagokról szóló 1333/2008/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet nem tartalmazza. Ezzel összhangban nyilatkozott úgy az eljárás alá vont egyik legnagyobb versenytársa, az Unilever Zrt. is, hogy mivel nincs olyan jogszabályi kötelezettség, amely alapján az E-számmal adalékanyagokat mesterséges vagy természetes adalékanyagokként kellene kategorizálni, ő maga nem sorolja be az adalékanyagokat „természetes” vagy „mesterséges” adalékanyagokként.
154. Mindezekre tekintettel az eljáró versenytanács álláspontja szerint az eljárás alá vont kereskedelmi kommunikációjából nem vezethető le egyértelműen olyan (valótlan vagy egyéb módon megtévesztésre alkalmas) üzenet, mely szerint valamennyi E-számmal jelölt összetevő nem természetes, hanem mesterséges összetevőnek minősülne és nem nyert bizonyítást az eljárás során az sem, hogy az átlagfogyasztó szerint az E-számokkal jelölt összetevők olyan nem természetes / mesterséges adalékanyagok, melyeket helyesebb elkerülni. Szükséges megjegyezni azt is, hogy maga az eljárás alá vont is gyárt, forgalmaz E-számos összetevővel rendelkező termékeket, így az E-számok kifejezetten hátrányos színben való feltüntetése akár saját üzletpolitikai érdekeivel is ellentétes lehet.
155. Nem nyert továbbá bizonyítást az az eljárás során, hogy a kérdéses kommunikáció – annak megtévesztő jellege esetén - alkalmas a fogyasztó ügyleti döntésének befolyásolására a piaci, iparági gyakorlatra tekintettel.
156. A fentiek alapján az eljáró versenytanács annak értékelése kapcsán, hogy a 2015. május 25-étől elérhető reklámokból következik-e az az üzenet, hogy az E-számok mesterséges adalékanyagok, ezáltal torzítva a fogyasztói észlelést, a Ket. 31. § (1) bekezdés i) pontja alapján a versenyfelügyeleti eljárást megszünteti, mert a rendelkezésre álló bizonyítékok alapján a tényállás nem volt a határozat meghozatalához szükséges mértékben tisztázható, és további eljárási cselekménytől sem várható eredmény.

VIII.
Egyéb kérdések

157. Az eljáró versenytanács döntését a Tpvt. 74. § (1) bekezdése alapján tárgyalás tartása nélkül hozta meg.
158. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpvt. 83. § (1) bekezdése, a végzés elleni jogorvoslati jogot a Tpvt. 82. §-a, illetve a Ket. 98. §-a (3) bekezdésének c) pontja biztosítja.

Budapest, 2016. november 30.

dr. Miks Anna s.k.
előadó versenytanácsstag

dr. Szoboszlai Izabella s.k.
versenytanácsstag

dr. Bara Zoltán s.k.
versenytanácsstag