



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj-67/2006/22

Ikt.:AM/67/2006/23.

A Gazdasági Versenyhivatal versenytanácsa a **Masterfoods Magyarország Értékesítő Bt.** (Budapest) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolásának tilalma miatt indult eljárásban – nyilvános tárgyaláson – meghozta az alábbi

határozatot.

A versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont vállalkozás Chappi termékeinek csomagolásán 2004 májusától, valamint a termék 2006. január 29. és 2006. március 25. közötti televíziós reklámjaiban közreadott „Kiadós étkezés húsimádóknak, minden napra!”, valamint „húsos lakoma”, továbbá a „húsos lakoma marhahússal” kijelentései a fogyasztók megtévesztésére alkalmasak voltak.

A versenytanács az eljárás alá vontat a jogsértő magatartás további folytatásától 2007. január 1-től eltiltja.

A versenytanács kötelezi az eljárás alá vontat 48.000.000 (azaz negyvennyolcmillió) forint bírság megfizetésére, melyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételi számlájára köteles befizetni.

Az eljárás alá vont vállalkozás a határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Bíróságnak címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtandó keresettel kérheti.

Indokolás

I. Az eljárás indítása

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) 2006. május 23-án vizsgálatot indított annak megállapítására, hogy a Masterfoods Magyarország Értékesítő Bt. (a továbbiakban: Masterfoods) Chappi márkanévű kutyaeledeleivel kapcsolatos, különböző TV csatornákon sugárzott reklámfilmjében elhangzott állítások, nevezetesen a „Kemény, puha, kemény, puha. A Chappi egyedülálló puha húsos gombócokkal, garantáltan kutyusa kedvence lesz. Egyszer kemény és ropogós, másszor puha és húsos. Chappi, fülmeresztően húsos

lakoma!”, illetve a termékek csomagolásán feltüntetett „HÚSOS LAKOMA”, továbbá „Kiadós étkezés húsimádóknak minden napra!” feliratok alkalmasak-e a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására, ezáltal sérthették-e a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló, többször módosított 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tptv.) 8. § (2) bekezdés a) pontjába foglalt rendelkezéseket.

II. Az eljárás alá vont vállalkozás

2. Az eljárás alá vont vállalkozás disztribúciós és területi hálózatán keresztül a MARS csoport által gyártott és forgalmazott édességmárkák, állateledelek, valamint az UNCLE BEN's termékcsalád forgalmazását bonyolítja. A társaság 1992 júniusában került bejegyzésre. A társaság beltagja a MasterFoods Hungary Táplálékgyártó és Értékesítő Kft. (1113 Budapest, Bocskai út 134-146.). Kültagja az EFFEM Inc. (US 6885 McLean, Virginia, Elm Street 22101-3883) és a Masterfoods Veghel B.V. (NL 5460 BB Veghel, (N. Br.) Az utóbbi vállalkozás részesedése a Masterfoods-ban meghatározó. A társaság a kutyaeledel közlül a Chappi, Pedigree, Cesar, Frolic márkájú termékeket forgalmazza.
3. 2005-ben a társaság nettó árbevétele 13,157 millió Ft volt, melynek több, mint felét adták az állateledelek értékesítéséből származó bevételek. A száraz kutyaeledel eladásából a társaság több, mint kétmilliárd forint bevételre tett szert a kérdéses időszakban, melynek majd nyolcvan százalékát a Chappi termékek képezik. A vállalkozás külkereskedelmi értékesítése, az összes forgalmához viszonyítottan csekély mértékű, nem éri el az egy %-ot. A száraz Chappi kutyaeledelt a Masterfoods a vizsgált időszakban nem exportálta.

III. A vizsgált magatartás

4. Az Masterfoods egyebek mellett a Chappi elnevezésű száraz- és konzerv kutyaeledelt is forgalmazza. A szárazeledelt a vállalkozás háromfajta változatban készíti és értékesíti. Létezik marhahúsos, baromfihúsos, valamint egy marha- és baromfihúsos változat.
5. Az eljárás alá vont Chappi elnevezésű kutya szárazeledeléről különböző módon tájékoztatást juttatott el a fogyasztók felé.

5.1 Tv-reklám. (Lásd a Vj-67/2006/6/2. számú iratot.) Az eljárás alá vont vállalkozás több televíziós csatornán reklámozta Chappi szárazeledelét a „Chappi árkarnevál” kommunikációs kampány során 2006. február 1-e és március 25-e között. Az egyes csatornákon több, mint ötszázszor került bemutatásra a hirdetés többnyire fő műsoridőben. (Lásd ezzel kapcsolatban a Vj-67/2006/6. számú iratot.)

A tv-s reklámokban a következők hangzottak el: „Kemény, puha, kemény, puha. A Chappi egyedülálló puha húsos gombócokkal, garantáltan kutya kedvence lesz. Egyszer kemény és ropogós, másszor puha és húsos”. A fenti szöveg alatt megjelenik a képen egy kutya egyszer egy padról avarba leugorva, majd egy fiatal, hason fekvő nő felett egy háton fekvő elhízott férfi hasára átfutva, illetve ugorva egy konyhába érve, ahol a gazdája Chappi feliratos dobozból önti egy tálba a szárazeledelt. A lehulló tápszemek közül az egyik közepén lévő pörgés közben egy húskockává változik, majd vissza táppá. A kutya eszi a tápot. Közben a narrátor folytatja a szöveget: „Chappi, fülmeresztően húsos lakoma! Hegyezd a füled, mert idén is itt a Chappi árkarnevál. Most minden Chappi szárazeledel rendkívül kedvező áron kapható”. A kép alján olvasható, hogy 2006. április 15-ig, illetve a készlet erejéig.

5.2 A termék csomagolásán olvasható tájékoztatás. (Lásd a Vj-67/2006/6/1. számú tárgyi bizonyítokot.) A terméket a vizsgált csomagolásban a Masterfood 2004 májusa óta forgalmazza. (Lásd erre vonatkozóan a Vj-67/2006/8. számú iratot.) A csomagolás alapszíne kék.

- A termék frontoldalán egyebek mellett az alábbi képi környezet látható, illetve tájékoztató szöveg olvasható: Egy kutya fényképe alatt a termék elnevezése olvasható nagy betűkkel, amely alatt balra egy narancssárga tálban különböző színű a csomagban lévő kutyaeledellel megegyező megjelenésű kutyatáp látható. A táltól jobbra - marhahúsos változat esetében narancssárga, a másik két változat esetében sárga, illetve piros sávban, fekete betűkkel magyar, lengyel és szlovák nyelven olvasható, hogy „húsos lakoma marhahússal és zöldségekkel” a marhahúsos változatnál, vagy hogy „húsos lakoma baromfihússal és zöldségekkel” a baromfihúsos változatnál, illetve „húsos lakoma marhahússal és baromfihússal” a marhahúsos és baromfihúsos változatnál. A felirat mellett egy tápszem körül olvasható még a „húsos golyókkal” szöveg is. A szóban forgó feliratok alatt ez a tartalom még egyszer megismétlődik valamivel kisebb, de még jól olvasható betűmérettel.

- A csomagolás hátsó oldalának felső részén jobbra, világosabb kék sávban a „Kiadós étkezés húsimádóknak, minden napra!” állítás szerepel. Középen jobbra a frontoldalról ismert képi környezetben szintén olvasható a „húsos golyókkal” felirat, melyet alatta kisebb betűkkel az „élvezetes húsos golyók – az igazán finom fehérje forrás”, illetve ”A ropogós, húsos szemcsék és a csontocskák létfontosságú vitaminokat, ásványi anyagokat, valamint az emésztést elősegítő rostokat és gabonát tartalmaznak.” szövegek egészítik ki.

- A csomagolás mindkét oldalán - egyebek mellett - a tartalomra utaló „Marhahússal és zöldségekkel” felirat olvasható (az első szó nagyobb betűmérettel történő megjelenítésével). A bal oldalon olvasható még a „teljesértékű eledel” felirat, valamint a termék összetétele: „válogatott gabonafélék (min. 4 % a ropogós szemcsékben), húsból és állati származékok (min. 4 % a ropogós húsos szemcsékben), olajok és zsírok, ásványi anyagok, növényi származékok, zöldségek (min. 4 % a zöldséges szemcsékben)”. Az összetétel alatt a termék beltartalma (nyersfehérje, nyerszsír, nyershamu, nyersrost, kalcium, és nedvességtartalom), hatóanyagtartalma (A-vitamin, D₃-vitamin, E-vitamin, Foszfór és Nátrium), valamint energiataralma került tételes feltüntetésre.

A Chappi száraz kutyaeledel Marhahússal és Zöldségekkel típus mellett Baromfihússal és Zöldségekkel, valamint Marhahússal és Baromfihússal elnevezéssel és összetételben kapható még. A fent ismertetett tájékoztatói elemek mindegyik termék esetében megtalálhatók a csomagoláson a megfelelő (értelemszerű) módosításokkal.

6. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint a termék 4 százalék húst tartalmaz. (Lásd a Vj-67/2006/4. számú irat 9. oldalán szereplő tájékoztatót.) A Vj-67/2006/6/4. számon nyilvántartott gyártmánylapok szerint a marha- és baromfihúsos Chappi szárazeledel egyebek mellett [...] * százalék marhahemoglobint, [...] * százalék baromfihús lisztet, [...] * százalék disznózsírt, valamint [...] * százalék kevert húslisztet tartalmaz. A marhahúsos zöldséges Chappi szárazeledel egyebek mellett [...] * százalék marhahemoglobint, [...] * százalék baromfihús lisztet, [...] * százalék disznózsírt, valamint [...] * százalék kevert húslisztet tartalmaz. A baromfihúsos zöldséges Chappi szárazeledel egyebek mellett [...] * százalék baromfihús lisztet, [...] * százalék disznózsírt, valamint [...] * százalék kevert húslisztet tartalmaz.
7. A vizsgált magatartás a kutyaeledelek piacát érintette. A kutyaeledeleket jellemzően két termékcsoportha osztják, a nedves eledelekre, melyek magas nedvességtartalmúak és általában konzerv formájában vásárolhatóak, valamint a száraz eledelekre, amelyek zsákos formában szerezhetőek be. Mind a gyártott száraz kutyaeledelek, mind pedig a konzervek teljes értékű táplálékok, alkalmasak arra, hogy a kutyákat kizárólag ezzel táplálják.
8. A száraz kutyaeledelek piacán a Masterfood mennyiségbeni piaci részesedése meghaladja a tizenöt százalékot. Árbevétel alapján számítva a piaci részesedés majdnem eléri a harminc százalékot. A rendelkezésre álló információ alapján a Chappi márka piacvezető.

9. A Magyar Értelmező Kéziszótár szerint a lakoma szó örvendetes alkalomból rendezett bőséges társas étkezést, illetve az ott fogyasztott ételeket jelenti. (Lásd a Vj-67/2006/6/5. számú iratot.)
10. Az eljárás alá vont vállalta, hogy amennyiben a GVH kifogásolná a Chappi termékek csomagolásán megjelenő „húsos lakoma”, kiadós étkezés húsimádóknak minden napra” kijelentéseket – különösen a lakoma és a húsimádóknak kifejezéseket -, úgy 25 héten belül valamennyi Chappi termék csomagolásáról eltünteti a lakoma és húsimádóknak szavakat, tovább 4-6 héten belül a nagyobb áruházakban új csomagolásban kezdi értékesíteni a terméket. Ezt követően a kisebb boltokban is fokozatosan áttér új csomagolásra.

IV. Az eljárás alá vont vállalkozás védekezése

11. Az eljárás alá vont a tv-csatornákon sugárzott reklámfilmekben szereplő állításokkal kapcsolatban előadta, hogy megítélése szerint ez a tv-reklám nem alkalmas a fogyasztók megtévesztésére.

A Chappi termékek húsos golyókat, azaz a húsos szemcséket, csontocskákat, azaz a ropogós szemcséket és zöldséges szemcséket tartalmaznak.

A reklámban előforduló „puha, kemény, puha, kemény” állítás a húsos golyókra és csontocskákra utalnak. Mivel a termék ténylegesen, tapintásra megállapíthatóan kemény és puhább, húsos szemcséket is tartalmaz, ezért a reklám már a megjelenése idején is valós információt adott közre, azaz nem volt alkalmas a fogyasztók megtévesztésére.

Véleménye szerint a „puha húsos gombócokkal, puha húsos fülmeresztően húsos lakoma” kifejezés sem tekinthető megtévesztőnek. A „húsos” kifejezés a Chappi szárazeledelt elkülöníti a „hús” illetőleg „friss hús” szavakkal megjelölt más konzerv termékektől, amelyeknek a csomagolásán a „friss hússal készült” felirat olvasható, és amely termékek friss húst tartalmaznak. A „húsos” kifejezés nem vagy nem csak a termék összetételére, hanem a termék ízére, aromájára utal. Mivel álláspontja szerint ez utóbbi ízre vonatkozó állítás igaz, hiszen a termék a 4 százalékos hústartalmon felül, ízében emlékeztet a húsrá, így a reklám ebben a vonatkozásban sem lehet megtévesztő.

Előadta, hogy az a racionálisan fogyasztó, aki kutyaeledelt vásárol, tisztában van azzal, hogy a „húsos” szó arra utal, hogy a termék íze a húsrá emlékeztet. Az érintett fogyasztók ismerik azokat a konzerv termékeket, amelyek friss húst tartalmaznak. Ezen termékek tekintetében nem használják a „húsos” kifejezést, hanem a tájékoztatásban a „friss húsból készült” kijelentés szerepel. A fogyasztó ismeri a két terméktípus közötti különbséget és nem téveszthető meg. Ráadásul jelentős az árdifferencia a „húsos” és a „friss húsból készült” termékek között.

Megítélése szerint a képi megjelenítés, amikor a Chappi termékbe átforduló friss húsdarab látható, nem értelmezhető önmagában. Emlékeztetett a Vj-34/1999. számú versenyfelügyeleti eljárásban hozott határozatra, melyben a Versenytanács szerint a vizuális és szöveges megjelenítés csak egységesen értékelhető, a fogyasztó szempontjából nézve. A jelen esetben tény, hogy a megcélzott fogyasztói csoport a kutyatartók köre. Ez a fogyasztói csoport racionális tagokból áll, akik jól ismerik a piacot, ismerik a termék összetételét, külső megjelenését, alakját, formáját, jellegét. Ezek a fogyasztók jól ismerik tapasztalataik alapján a különböző kutyaeledel összetételbeli különbségeit. Általuk a „friss hús” kifejezés és a belőle készült termékek jól elkülöníthetők a „húsos” kifejezéstől, illetve az efféle termékektől.

Hangsúlyozta, hogy a „húsos” kifejezés arra is utal, hogy a termék, csakúgy, mint a hús, teljes tápértékkel rendelkezik.

Előadta, hogy a „húsos” jelzőhöz hasonlóan más szavak is hasonló tartalommal bírnak. A „krémes” kifejezés is a termék állagának jellemzésére utal, anélkül, hogy utalni kívánna

az ember a termék tényleges tartalmára. Ugyanez figyelhető meg a „csokis” kifejezés esetében is. A „csokis” kifejezést sokszor alkalmazzák olyan termékek jellemzésére, amely ténylegesen csokoládét nem tartalmaz. Véleménye szerint ugyanez a helyzet a „húsos” kifejezéssel is.

Álláspontja szerint a „Chappi fülmeresztően húsos lakoma” állítás sem alkalmas arra, hogy a fogyasztókat a hústartalom tekintetében megtévevessze. A lakoma kifejezés ugyanis nem a termék összetételére, hanem annak minőségére, a húsos jelző pedig a termék ízére, nem pedig annak összetételére utal.

Véleménye szerint a „Chappi egyedülálló puha húsos gombócokkal garantáltan kutyusa kedvence lesz” mondat semmiféle olyan kifejezést nem tartalmaz, amely a fogyasztó tekintetében azt sugallná, hogy a terméknek magas, friss hús tartalma van. Az egyedülálló szó a minőségre és tartalomra utal. A „puha” szó a szemcse tapintására utal. A húsos szemcsék a többi szemcséhez képest puhábbak. A „húsos gombócokkal” szóösszetétel részben a termék alakjára, részben pedig a termék ízére és a termékben lévő 4 %-os hús tartalmára utal. A „garantáltan kutyusa kedvence lesz” kifejezés pedig szintén a termék minőségére és nem összetételére utal.

Előadta, hogy az „egyszer kemény és ropogós, másszor puha és húsos” kifejezés szintén a termék szemcséinek tulajdonságaira, illetve az ízre és a 4 %-os meglévő hústartalomra utal.

12. A csomagoláson megjelenítettekkel kapcsolatban előadta, hogy a csomagoláson található „*húsos lakoma*” továbbá „*kiadós étkezés húsimádóknak minden napra*” kifejezés a csomagoláson szintén elhelyezett termék alapanyagait tartalmazó ismertető és a termék fényképével együtt értelmezhető. A termék csomagolása tartalmazza a termékek tényleges fényképét, tehát a csomagoláson elhelyezett húskockák látványához hasonlóan a csomagoláson feltüntetett szöveg (húsos lakoma) sem önmagában értékelendő. A fogyasztó azt is tudja, hogy a „lakoma” kifejezés a termék minőségére és nem hústartalmára, a „kiadós étkezés húsimádóknak minden napra” kifejezés pedig a termék ízére és minőségére utal.

Szerinte a racionális fogyasztótól elvárható, hogy olvassa el a termék összetételét tartalmazó táblázatot, amely a csomagoláson megtalálható, vagy tekintsen rá a termékre, amelyből szintén egyértelműen kitűnik, hogy friss húst nem tartalmaz. A terméken található feliratok nem alkalmasak a fogyasztói döntés tisztességtelen befolyásolására, mivel a termék látványa és a csomagoláson megtalálható termék összetételét bemutató tájékoztató egyértelmű információt ad a racionálisan gondolkodó fogyasztó számára, akitől elvárható, hogy fogyasztói döntését valamennyi rendelkezésére bocsátott információ megismerése után hozza meg.

13. Az eljárás alá vont jelezte, hogy eljárásuk megegyezik a nemzetközi gyakorlattal. Egyes országok nemzeti sztenderdjei és a FEDIAF útmutató tervezet értelmében a „with beef and poultry” angol (magyarul: marhahússal és baromfival) kifejezés használható, ha a termék legalább 4 százalékos mennyiségben tartalmazza a megjelölt húst. Tekintettel erre a nemzetközi szabványra és gyakorlatra, irreleváns az, hogy vajon a hústartalom tekinthető-e jelentősnek, vagy sem, hiszen a húsos szó jogszerűen használható. Éppen ezért persze az is irreleváns versenyjogi megítélés szempontjából, hogy a tájékoztatásban hányszor szerepel egy kifejezés.
14. Hivatkozott az általa benyújtott szakértői véleményre, mely szerint az összetevők helyett összetevő kategóriákat lehet használni a termék összetételének megadásakor. Az egyik ilyen kategória a „hús és állati származékok” csoport. A marhavér is ilyen származék, így a termék összetételére vonatkozóan sem tévesztették meg a fogyasztókat. A feliratozás szabályszerű és nem ütközik a versenyjogba sem.

15. Megállapítható, hogy a tévé-reklámban a hat mondatból a versenytanács mindössze egy mondat tartalmát kifogásolja, ami jelzi a tájékoztatás esetleges jogsértő jellegének jelentéktelen voltát és súlyát. A nem kifogásolt kijelentések egyébként nem is tekinthetők jogsértőnek tartalmuk alapján.
16. Véleménye szerint a Tpv. 75. §-a jelen eljárásban alkalmazható. Ennek megfelelően tett is vállalást. Szerinte a vizsgált magatartás jellege és tartalma alapján alkalmazható a törvényben felkínált lehetőség rá.
17. Megjegyezte, hogy a versenytársak is élnek hasonló megoldásokkal. (Lásd erre vonatkozóan a Vj-67/2006/4. számú irat 6. számú mellékletét.)
18. Elsődlegesen kérte, a versenytanács állapítsa meg, hogy a vizsgált magatartás nem ütközik a Tpv. Rendelkezéseibe. Másodlagosan kérte, hogy a kötelezettségvállalás alapján a Tpv. 75. § alapján az eljárást szüntessék meg. Harmadlagosan azt kérte, hogy esetleges jogsértés megállapítása esetén a bírság kiszabásától a versenytanács tekintsen el.

VI. Jogi háttér

19. A Tpv. 8. § (1) bekezdése szerint tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. Ugyanezen cikk (2) bekezdésének a) pontja értelmében a fogyasztók megtévesztésének minősül, ha az áru ára, lényeges tulajdonsága - így különösen összetétele, használata, az egészségre és a környezetre gyakorolt hatása, valamint kezelése, továbbá az áru eredete, származási helye, beszerzési forrása vagy módja - tekintetében valótlan tény vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állítanak, az árut megtévesztésre alkalmas árujelzővel látják el, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak.
20. A Tpv. 9. §-a szerint a használt kifejezéseknek a mindennapi életben, illetőleg a szakmában elfogadott általános jelentése az irányadó annak megállapításánál, hogy a tájékoztatás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas-e.
21. A Tpv. 75. § (1) szerint, ha a hivatalból indult versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált magatartás tekintetében az ügyfél kötelezettséget vállal arra, hogy magatartását meghatározott módon összhangba hozza a törvény rendelkezéseivel, és a közérdek hatékony védelme e módon biztosítható, az eljáró versenytanács végzéssel - az eljárás egyidejű megszüntetésével - kötelezővé teheti a vállalat teljesítését, anélkül, hogy a végzésben a törvényt sértés megvalósulását, vagy annak hiányát megállapítaná.
22. A Tpv. 77. § (1) bekezdés d) pontja szerint a versenytanács megállapíthatja a vizsgált magatartás törvénybe ütközését, f) pontja szerint megtilthatja a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását.
23. A Tpv. 78.§-ának (1) bekezdése szerint az eljáró versenytanács bírságot szabhat ki azzal szemben, aki e törvény rendelkezéseit megsérti. A bírság összege legfeljebb a vállalkozás előző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet. A (3) bekezdés szerint a bírság összegét az eset összes körülményeire - így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő felek piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a törvénybe ütköző magatartás ismételt tanúsítására - tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a fogyasztói érdekek sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

VII. A versenytanács döntése

24. A versenytanács véleménye szerint az eljárás alá vont reklámja, illetve a vizsgált termék csomagolásán található feliratok arról tájékoztatták a fogyasztókat, hogy (1) a Chappi kutya szárazeledel marhahúst, vagy baromfihúst, illetve mindkettőt tartalmazó készítmény, (2) a termék bőségesen tartalmaz húst.

A húsimádó, húsos lakoma, húsos golyók, marhahússal (illetve baromfihússal) szavak és kifejezések, valamint a tévé-reklám képi megjelenése a versenytanács szerint a hústartalomra utalnak, illetve azt fejezik ki, jelenítik meg, hogy a tájékoztatásban szereplő szárazeledel tartalmaz húst – az egyik változat például marhahúst.

A versenytanács álláspontja szerint a húsos lakoma és húsimádóknak kifejezések nem csak pusztán hústartalomra, hanem jelentős hústartalomra utalnak.

25. A versenytanács szerint a kutyatáp (hús-)tartalma, összetétele a termék lényeges tulajdonsága. Ezt támasztja alá az is, hogy a reklámokban, illetve a csomagoláson található tájékoztatásban ezen elemek hangsúlyos szerepet kaptak. A versenytanács megítélése szerint reklámokban, tájékoztató anyagokban a vállalkozások nem lényeges tulajdonságok kiemelésére nem helyeznek hangsúlyt. Ez a reklám és a tájékoztatás lényege. A célszerűség azt követeli meg, hogy a lényegest emelik ki, és nem fordítva.

26. Már a hústartalomra való utalás maga, de annak képi és hangji (ismételt) szerepeltetése azt támasztja alá, hogy a termék lényeges tulajdonsága a hústartalom, így a marhahús tartalom. A rövid tv-reklámban háromszor történik utalás a készítmény húsos jellegére, ami a versenytanács szerint – akárcsak a csomagoláson található hasonló kijelentések - egyértelműen a termék alapanyag tartalmára, és nem pedig a termék ízére vonatkoznak. A versenytanács felhívja a figyelmet arra, hogy reklámban elhangzó állítások tartalmát a képi megjelenítés csak felerősítheti, hiszen a képen egy tápszem friss húskockává válik, majd visszaváltozik táppá.

27. A versenytanács álláspontja szerint négy százalék hústartalom nem tekinthető jelentős mértékűnek, ami miatt a „húsos lakoma” és „húsimádóknak” kifejezések használatával a vizsgált tájékoztatás állításai túlzóaknak tekinthetők. A versenytanács szerint így a vizsgált tévé-reklámban és a csomagoláson található túlzó állításokkal az eljárás alá vont a Tpvt. 8. § (2) bekezdés a) pontjába ütköző magatartást valósított meg.

28. A versenytanács szerint nem csak a termék összetételére vonatkozó fent említett túlzó állítások ütköznek a Tpvt. 8. § (2) bekezdés a) pontjába, hanem a marhahúsos változat esetében az a kijelentés is, hogy a termék marhahúst tartalmaz. Amint az a fenti III. szakasz 6. pontból megállapítható, a marhahúsos termékváltozat valójában nem is tartalmaz marhahúst, csak marhavért. Ellenben van benne baromfihús és más húskeverék. A versenytanács szerint az eljárás alá vontnak a marhahúsos változat esetében a csomagoláson a termék összetételére vonatkozó kijelentése is alkalmas volt a fogyasztók megtévesztésére.

29. A versenytanács a Tpvt. 77. § (1) bekezdés d) pontja mellett az f) pont alkalmazását is szükségesnek tartotta, mert bár a tévé-reklámok már nincsenek adásban, a csomagolóanyagok még forgalomban vannak. Így ez utóbbi esetben (azaz a csomagolóanyagok vonatkozásában a versenytanács indokoltnak tartotta azt, hogy az eljárás alá vontnak 2007. január 1-től a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását megtiltsa.

30. A versenytanács a Tpvt. 78. §-a alapján bírság kiszabását is indokoltnak tartotta az eljárás alá vonttal szemben. A bírság összegét a versenytanács negyvennyolcmillió forintban határozta meg.

A bírság nagyságának meghatározásakor a versenytanács a tévé-reklámot, illetve a csomagolóanyagon szereplő kifogásolt tájékoztatást külön vette a figyelembe, mert azok külön tájékoztatási formák voltak. A tápszem a jelenlegi csomagolásban 2004 tavasza óta

van forgalomban folyamatosan. A vizsgált tévé-reklám ezzel szemben 2006-ban került adásra két hónapig.

Tekintettel arra, hogy a piaci vállalkozások esetében nyilvánvaló elvárásnak tekinthető, hogy a kiadások megtérüljenek, a tévé-reklámok esetében a versenytanács a kifogásolt reklámokkal kapcsolatos kiadásokból indult ki. (A kifogásolt és jogsértőnek talált tévé-reklámokkal kapcsolatos kiadások pontos, üzleti titoknak minősülő nagyságát a Vj-67/2006/4. számú irat tartalmazza.)

A bírság összegének meghatározásakor a versenytanács figyelembe vette, hogy a kifogásolt reklám nem minden eleme volt jogsértő, így a szóban forgó reklámkiadások összegét a versenytanács a jogsértőnek ítélt tartalmi elemek teljes reklámon belüli részesedésével arányosan korrigálta. Jelen esetben a versenytanács a [...] millió forintos reklámkiadásnak csak az egyhatod részével számolt, mivel úgy ítélte meg, hogy a reklámszöveg többi része is releváns és a termék lényeges tulajdonságaira vonatkozó állításokat fogalmazott meg, ám azok tartalmát a versenytanács nem kifogásolta.

Az így kapott [...] millió forintos összeget a versenytanács az alábbi súlyosbító körülményekre való tekintettel 50 százalékkal növelte:

- a tápszer termékösszetételre vonatkozó információ a fogyasztó számára gyakorlatilag a vásárlás után sem ellenőrizhető tulajdonság, a vásárlás során ebben a vonatkozásban a bizalmi jelleg dominál,
- az eljárás alá vont tévé-reklámja széles fogyasztói kört érhetett el,
- bár a jogsértő tájékoztatást megvalósító reklámtevékenység által érintett időszak viszonylag hosszú, a jogsértő reklámfilm sugárzásának száma miatt (figyelembe véve a közreadás idejét is) a vizsgált magatartás már jelentős hatás kifejtésére volt alkalmas
- a vállalkozás jelentős piaci részesedéssel rendelkezik.

Mindezek alapján a versenytanács a vizsgált tévé-reklám versenyjogsértő tartalma miatt [...] millió forint bírság kiszabását tartotta indokoltnak.

A csomagoláson található és kifogásolt tájékoztatási elemek esetében a bírságösszeg meghatározásakor a versenytanács abból indult ki, hogy a csomagolóanyagra fordított kiadások - mint reklámkiadások - jelen eljárásban nem szolgálhattak a bírság nagyságának meghatározásául, mert csomagolásra a termék jellege miatt szükség van. Továbbá, a csomagoláson lévő kifogásolt szöveg - noha hangsúlyos elem a tájékoztatásban - a teljes tájékoztatásnak csak töredék részét képezi. Az így meghatározott bírságösszeg nyilvánvalóan nem felelt volna meg a jogsértés szankcionálásával szemben támasztható elvárásnak. A versenytanács ezek alapján a csomagoláson lévő tájékoztatás vonatkozásában a bírság összegének meghatározásához az eljárás alá vontnak a szóban forgó termék piacán a jogsértés ideje alatt realizált nettó árbevételéből indult ki. (Az eljárás alá vont forgalmával kapcsolatban lásd a Vj-67/2006/4. számú iratot és a Vj-67/2004/11. számú vizsgálati jelentést.)

A versenytanács a [...] milliárd forintos forgalom 1 százalékát tartotta indokoltnak alapul venni, figyelembe véve azt, hogy a csomagoláson lévő tájékoztatás a túlzó állítás vonatkozásában az egész tájékoztatásnak csak töredékét, igaz hangsúlyos töredékét képezi, míg a marhahúsos változat esetében a megtévesztő tájékoztatás az érintett piac forgalmának csak egy részét érinthette. Ezt az összeget a versenytanács 50 százalékkal növelte az alábbi tényezők miatt:

- a fentebb kifejtettek alapján a vásárlás során a bizalmi jelleg dominál,
- a kifogásolt csomagolás majd két és fél éve van forgalomban, ami hosszú időnek számít a versenytanács megítélése szerint a reklámhatás szempontjából,

- amint az a III. szakasz 10. pontjából kiderül (a terméket kis és nagyobb boltok hálózata révén az egész országban forgalmazzák), az eljárás alá vont a termék terjesztése révén széles fogyasztói kört érhetett el.

A versenytanács a fentiek szerint számított [...] * millió forintos bírságösszeget [...] * millió forintra mérsékelte, mivel figyelembe vette, hogy az eljárás alá vont számára a versenytanács meghatározott magatartás követését előíró rendelkezése is költségeket ró, továbbá – ugyan csak kis mértékben, de - a versenytanács a bírság összegét ebben a vonatkozásban azért is mérsékelte, mert eljárás alá vont a csomagoláson lévő és kifogásolt tájékoztatás megváltoztatására lépéseket tett.

Az így számított két bírságösszeg alapján határozta meg a versenytanács az összességében kiszabott 48 millió forintos bírság nagyságát.

31. Mindezek alapján a versenytanács a rendelkező rész szerint határozott.

VIII. Egyéb kérdések

32. Az eljárás alá vont vállalásával kapcsolatban a versenytanács nem látott lehetőséget a szóban forgó intézmény jelen eljárásbeli alkalmazására. A kifogásolt tv-s reklámok már láthatóak voltak. A reklám és annak üzenete már közvetítve lett a fogyasztók felé. A csomagolás kifogásolt feliratai már több, mint két éve forgalomban lévő termék csomagolásán található. A közérdek, azaz a verseny védelme így a versenytanács szerint a felajánlott vállalással nem biztosítható. Ezen túlmenően a versenytanács a felajánlott vállalat tartalmát sem találta elfogadhatónak, hiszen azok a tájékoztatás jogsértő tartalmát a fentiek értelmében nem küszöbölték volna ki minden tekintetben.
33. A határozat elleni jogorvoslat lehetőségét a Tpvt. 83. §-a biztosítja.

Budapest, 2006. október 10.

*: Az eljárás alá vont üzleti titka.