



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

Magyar termék, magyar minőség

A GVH tapasztalatai szerint az ünnepek közeledtével az üzletláncok forgalmuk növelése érdekében gyakrabban alkalmaznak a termékek magyar eredetét hangsúlyozó reklámszövegeket, illetve jelzéseket.

A reklámújságokban, plakátokon, az üzletek polcain, illetve a termékeken közvetlenül elhelyezett „Magyar termék”, „magyar minőség” szlogenek, a nemzeti színek használata, illetve egyéb hazai minőségre utaló jelzések alapján a vásárló arra a következtetésre juthat, hogy a termék (elsősorban élelmiszer) magyar alapanyagokból készült.

A GVH megállapítása szerint az elmúlt években a fogyasztók által vásárolt termékek esetén a magyar, hazai jelleg a termék tulajdonságain túlmutatóan a termék előállítása vonatkozásában egyfajta többlettartalommal töltődött meg, s a termék magyar, hazai jellege egyben a magyarországi értékteremtéssel, a termelés során keletkező nyereség Magyarországhoz kötődésével, a magyar munkahelyekkel, azok megőrzésével való kapcsolatot is jelenti.

Statisztikai adatok is azt mutatják, hogy a vásárlók többsége az azonos árfekvésű és minőségű termékek közül a magyar eredetre utaló árucikket választja.

A GVH a magyar termékekkel, magyar minőséggel kapcsolatos kereskedelmi gyakorlatok vizsgálatára a hivatalhoz érkezett bejelentések és panaszok alapján 2010-ben egy, 2011-ben három, míg 2012-ben egy esetben indított eljárást, melyek közül három ügyben született már döntés.

A magyar termék fogalmát a vizsgált kereskedelmi gyakorlatok miatt indított eljárások, illetve a meghozott érdemi döntések időpontjában nem határozta meg jogszabály, ugyanakkor az érdemi döntés meghozatalához nem volt szükség a „magyar termék” fogalom elemeinek pontos meghatározására. A GVH eljárásaiban az Fttv. (fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. tv.) alapján jár(t) el, mely kimondja, hogy megtevesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely olyan információt tartalmaz az áru származási helyére, eredetére vonatkozóan, ami alkalmas a fogyasztók befolyásolására.

Eljárásaiban - az összes körülmény mérlegelése mellett - a GVH az átlagfogyasztó szemszögéből vizsgálja azt, hogy mi a magyar, vagyis azt, hogy mit tart a fogyasztó magyarnak, ehhez képest értékeli a vállalkozások kommunikációjának esetlegesen megtevesztő voltát. A magyar termék fogalma hétköznapi értelmezésben a magyar alapanyagból, magyar cég által, magyar munkaerő közreműködésével, Magyarországon előállított termékeket jelöli. A szükséges jogi szabályozás hiányában a termékek gyártói, illetve a kereskedők egy meglehetősen tág, egyedi értelmezésből indulnak ki, melynek következtében olyan terméket is „magyar minőség” tulajdonsággal ruháznak fel, amelynek

előállítására során nem vagy csak elenyésző mennyiségben használnak fel magyar alapanyagot.

A GVH első lezárt ügyében a vizsgált vállalkozás a magyar fogyasztók által megszokott, a magyar piacon bevezetett tradicionális márkanévet viselő termékeken helyezte el „magyar termék” feliratot. A vállalkozás állítása szerint ezek a termékek hagyományos receptúrájuk révén magyarnak tekinthetők, ugyanakkor a vállalkozás nem tudott olyan bizonyítékot bemutatni, amely minden kétséget kizáróan igazolja, hogy a gyártók ténylegesen valamilyen hagyományos receptúrát alkalmaztak a termékek előállítására során. Önmagában az, hogy egy külföldön gyártott fogyasztási cikk hagyományos magyar márkanévvvel kerül forgalomba, nem teszi a csomagolásán külföldi származási hellyel megjelölt árut „magyar terméké”. Egy másik vállalkozás több száz általa forgalmazott, döntően élelmiszeripari terméket „magyar minőség” felirattal és nemzeti színekkel jelenített meg hirdetéseiben (óriásplakátokon, nyomtatott sajtóban, akciós reklámkiadványaiban). A hirdetésekön kívül jellemzően a termékek csomagolásán is feltüntetésre került a „magyar minőség” szlogen, valamint a termékek többsége szerepelt a vállalkozás honlapjának „magyar minőség” cím alatt elérhető oldalán is. A GVH az eljárás során megállapította, hogy a vállalkozás nem rendelkezik egyértelmű kritériumokkal (belső eljárásrenddel) annak eldöntésére, hogy egy adott termék mikor tekinthető magyarnak, illetve, hogy a „magyar minőség” címkét ráteszi-e a termékre vagy sem. A GVH álláspontja szerint termékjelölés egy előzetesen rögzített, az egész szervezetre kiterjedően következetesen alkalmazott követelményrendszer alapján alkalmazható. Különösen élelmiszerek esetében fontos, hogy a követelményeket legalább a termék gyártási/származási helyére, illetve alapanyagainak eredetére figyelemmel alakítsák ki. A vállalkozás azzal, hogy egy egységes követelményrendszer nélkül magyar jellegű hangsúlyozó termékjelölést használt, jogsértést követett el. Mindkét eljárásban a jogsértés megállapítása mellett bírság kiszabására is sor került.

A harmadik eljárás lezárásának eredményeképpen a vállalkozás kötelezettséget vállalt, amely alapján a „magyar termék” megjelölést kizárólag olyan termék esetében alkalmazza, amely termékek származási helye igazoltan Magyarország, továbbá élelmiszerek esetén a termékek jellemző – a minőséget befolyásoló – alapanyagait a beszállítóktól beszerzett információk alapján magyarok. A GVH a kötelezettségvállalások teljesítését utóvizsgálat keretében ellenőrzi.

A szabályozások életbe lépését követően a GVH eljárásaiban természetesen figyelembe veszi az abban foglaltakat, azonban addig is figyelemmel kíséri a vállalkozások tájékoztatási gyakorlatát, és ahol felmerül a jogsértés valószínűsége, az Fttv. alapján eljárást indít.

Budapest, 2012. április 6.

Gazdasági Versenyhivatal

További információ:

GONDOLOVICS Katalin
Gazdasági Versenyhivatal
cím: 1054 Budapest, V. ker. Alkotmány u.5.
levél: 1245 Budapest, 5. Pf. 1036
tel: (+36-1) 472-8902
email: sajto@gvh.hu
<http://www.gvh.hu>