



Magyar Zoltán  
országgyűlési képviselő

Országgyűlés Hivatala

Irományszám: K/5117

Érkezett: 2015 JÚN 09.

Írásbeli kérdés

Kövér László úrnak,  
az Országgyűlés elnökének

Helyben

*Tisztelt Elnök Úr!*

Magyarország Alaptörvénye 7. cikk (2) bekezdése, valamint az Országgyűlésről szóló 2012. évi XXXVI. törvény 42. § (8) bekezdése alapján írásbeli kérdést kívánok benyújtani a Miniszterelnökséget vezető miniszterhez, mint a tárgyban illetékes minisztérium vezetőjéhez

**„Milyen szerep jut Tombor Andrásnak a hazai borok marketingezésében?”**

címmel.

A benyújtott kérdésemre a választ írásban várom.

**Tisztelt Miniszter Úr!**

Egy nemrégiben Fazekas Sándor földművelésügyi miniszterhez benyújtott K/4757. számú, „Újra csökken a Kékessy-család befolyása. Csak épp a tokaji borok isszák meg a levét?” című írásbeli kérdésemben a tokaji borok pancsolása körül kialakult helyzetről, illetve Balla Attila és Kékessy Dezső tevékenységéről és a Kormányhoz fűződő kapcsolatáról kérdeztem. Miniszter Úr válaszában azt írta, hogy ismeri e személyeket, de sem ő, sem a tárca nem áll velük munkakapcsolatban, és a pancsolási ügyben érintett személyek ellen jelenleg vizsgálat folyik.

Ismeri vagy sem. Balla Attila pert nyert az USA-ban a Tokaji Kereskedőházzal Zrt.-vel szemben, amellyel most komoly fegyver van a kezében, és nem kicsit javította alkupozióját a magyar állammal szemben.

Az is kifejezetten érdekes – bár az uniós források átcsoportosításánál megszoktuk – hogy a magyar bortermeléssel kapcsolatos tevékenységek az FM alá tartoznak, míg a Tokaji Borvidék átkerült a Miniszterelnökség fennhatósága alá. Természetesen tisztában vagyunk vele, hogy Tokaj kiemelkedik a magyar borok palettáján, de ezek szerint az FM nem lett

volna képes megbirkózni az ehhez kapcsolódó feladatokkal? Vagy csupán gyakorlati oka van döntésnek?

Viszont nem csak a borpancsolások vetnek fel érdekes kérdéseket, hanem a tokaji borok marketingje körül is történtek érdekes dolgok. Például, hogy az UD Zrt. ügyben érintett Tombor András milyen szerep tölt be jelenleg a tokaji borok népszerűsítésében? Továbbá, hogy az által kötött 3 milliárd forintos nagyságrendű marketingszerződésnek milyen gyakorlati haszna volt, vagy egyáltalán mit tettek cserébe le az asztalra? Az is eléggé furcsa, hogy Tombor András a Tokaji Kereskedőház Zrt. ügyvezető felügyelőbizottság elnöke, ami a polgári jog számára ismeretlen titulus. Hogyan lehetséges, hogy ilyen pozícióban Tombor András az, aki a Tokaji Kereskedőház nevében kommunikál és tárgyal?

**Mindezek alapján kérdezem Tisztelt Miniszter Urat, milyen szerepe van Tombor Andrásnak a hazai bortermelésben? Milyen szerződést kötött 3 milliárd forintért német partnerekkel, és miért nem lehet azt a nyilvánosság elé tárni? Kérem, hogy tételesen sorolja fel, mely féllel vagy felekkel szerződött a Tokaji Kereskedőház Zrt., és milyen típusú nemzetközi marketing aktivitásra? Ezek közül melyek valósultak meg, és milyen típusú marketing megjelentést jelentenek? A nemzetközi marketingszerződések kötése óta százalékosan mit jelentett ez az eladási mutatóikban, azaz van-e már kézzelfogható hatása a pénzköltésnek?**

Várom érdemi válaszát!

Budapest, 2015. június 8.

Tisztelettel:

  
**Magyar Zoltán**  
Jobbik