



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL
VERSENYTANÁCS

☒ 1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

☎ 472-8864 ☎ Fax: 472-8860

Vj-143/2004/13.

Ikt. Sz.:/2004

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa az **INKU Nemzetközi Kereskedelmi Kft.** (Budapest) ellen fogyasztók megtévesztése miatt indított versenyfelügyeleti eljárásban meghozta az alábbi

határozatot

1. A versenytanács megállapítja, hogy az INKU Kft. fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított, amikor 2004. május-júniusi termékkatalógusában és internetes honlapján azt állította, hogy az INKU Refresh szőnyeg

- a) oxigéntermelő padlószőnyeg
- b) friss oxigénné alakítja át a helyiség légtérében felhalmozott káros anyagokat,
- c) a szagokat tiszta levegővé változtatja át
- d) tökéletesen alkalmas cigarettafüst és ételszag kiküszöbölésére
- e) csökkenti az allergiás reakciókat
- f) hatása az idő múlásával sem csökken.

2. A Versenytanács a jogsértő magatartás további folytatását a határozat kézhezvételétől megtiltja.

3. A határozat ellen annak kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatalnál a Fővárosi Bírósághoz címzett kereset terjeszthető elő.

Indokolás

I. Tényállás

1. Az eljárás tárgya

1. A Gazdasági Versenyhivatal eljárást indított annak vizsgálatára, hogy az INKU Nemzetközi Kereskedelmi Kft. (továbbiakban INKU) a fogyasztókat megtévesztő módon informált-e akkor, amikor az általa értékesített terméket „Refresh – az oxigéntermelő padlószőnyeg” szlogen feltüntetésével olyan tulajdonságokkal ruházta fel, mint amely az egyedülálló DuraAir technológia segítségével friss oxigénné alakítja át a helyiség légtérében felhalmozott káros hatásokat, a szagokat tiszta levegővé változtatja, csökkenti az allergiás reakciókat, innovatív katalizátoros hatással bír, és az INKU Refresh hatás az idő múlásával sem csökken.

E magatartás felvetette a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló többször módosított 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) III. fejezetének, nevezetesen a Tpv. 8. § (1) bekezdés, valamint a (2) bekezdés a) pontja megsértésének lehetőségét.

Az eljárás alá vont vállalkozás

2. Az INKU Kft. az INKU AG osztrák részvénytársaság 100%-os tulajdonában lévő magyarországi leányvállalata, mely 1989-ben alakult. A vállalkozás fő tevékenységi köre lakástextil kis- és nagykereskedelme: függönyök, lakástextíliák, melegburkolatok – szőnyegek, szőnyegpadlók és egyéb lakberendezési kiegészítő termékek forgalmazása. Az INKU csoport egyik legfontosabb célkitűzése az innovatív termékek bemutatása és megismertetése. Megemlítendő, hogy az INKU AG volt a laminált burkolatok egyik első európai bevezetője és forgalmazója volt.

Az eljárás alá vont magatartása

3. A Dura Tufting GmbH (Fulda – Németország) a 2003. januári DOMOTEX kiállításon (a padlóburkolat szakma évente megrendezésre kerülő szakmai eseménye) mutatta be elsőként a japán szabadalom alapján kifejlesztett DuraAir technológiát. Az INKU AG a gyártó Dura Tufting GmbH-től kizárólagos jogot kapott arra, hogy a DuraAir technológiával gyártott szőnyeget a saját márkaneve alatt, INKU Refresh néven vezesse be.
4. Az eljárás alá vont becsatolta az Európai Szabadalmi Hivatalhoz benyújtott szabadalmi kérelmét, mely alapján a termék ideiglenes szabadalmat szerzett. A kérelem (57) pontja értelmében „a technológiához egy erős szálú, hosszú távon is állandóan tisztítható, mosással szemben tartós és ellenálló tulajdonságokkal rendelkező szövetszál, valamint egy olyan olcsó és hatékony szagtalanítási technológia szükséges, mely segítségével a fenti szövetszálból annak tulajdonságainak korlátozása nélkül lehet a szükséges szövetet elkészíteni.” A szabadalom lényege, hogy a szőnyeg képes elsősorban a levegőben lévő formaldehid, ammónia és acetaldehid koncentráció csökkentésére, és a lakókörnyezet kellemetlen szagainak - ammónium, trimetilamin, metil merkaptán, hidrogén szulfid, ecetsav és leginkább a dohányfüst – csökkentésére.
5. Az IUG Fulda Intézet vizsgálatait és jelentéseit, valamint a TÜV Rheinland/Berlin-Brandenburg csoporthoz tartozó TÜV Produkt und Umwelt GmbH. (továbbiakban: TÜV) tanúsítványa szerint a padlószőnyeg csökkenti a levegőben lévő káros anyagokat. Ezek a káros anyagok a formaldehidek, acetaldehidek, egyéb aldehidek, ketonok, és egyéb glükolok, melyek a lakókörnyezetben előfordulnak, és a szervezetben allergén reakciókat válthatnak ki. A formaldehid a levegőben kis mennyiségben jelenlévő mérgező, allergén anyag, mely természetes anyagcseretermék, illetve mesterséges forrásokból is származhat, mint pl. autók, repülőgépek kipufogógázai, erőművek égetőberendezései, kőolajfinomítás, lakásokban lévő faforgácslapok és parketta, mely utóbbiakat formaldehid alapú gyantákkal préselik össze. Az acetaldehid égésterméként, vagy kisebb mennyiségben alkoholos erjedés hatására keletkezhet, és idegrendszeri károsító hatása régóta ismert. Az ammónia a természetben lévő nitrogéntartalmú szerves vegyületek bomlásakor keletkezik, és kis koncentrációban a szem-, orr-

nyálkahártyát izgatja, nagy mennyiségben pedig köhögési rohamokat, légzési zavarokat okozhat.

6. Az IUG Fulda által végzett vizsgálatok során két – egy DuraAir padlószőnyeggel ellátott és egy normál módon használt közösségi - teremben közel 150 vegyület jelenlétét és koncentrációját tanulmányozták 28 napon keresztül. A vizsgálat megállapította, hogy a formaldehid koncentráció lineárisan csökkent, és folyamatosan jelentősen alatta maradt a kontroll teremben mért értéknek. Az acetaldehid koncentráció a terhelést követő 3 nappal mintegy 20%-kal mutatott kevesebb értéket, mint a kontroll helyiség, és a kombinált terhelés (acetaldehid és formaldehid együttes jelenléte) esetén is a DuraAir technológia teljesített jobban. Az illékony szerves vegyületek összes koncentrációja folyamatosan mintegy 20%-kal maradt el a DuraAir padlószőnyeggel el nem látott helyiségben mért szinttől. Az egyéb aldehidek és ketonok esetében a csökkenés mintegy 50%-ot ért el. Ezen túlmenően szubjektív módon felmérésre került a szaghatás és a szagintenzitás is, és mindegyik esetben a szag komfortérzet lényeges javulását állapították meg. A termék nem ad le káros anyagokat a légtérbe és nem maradnak meg abban sem.
7. Az INKU Refresh termékeket Magyarországon az INKU Kft. 2003. nyara óta forgalmazza, jelenleg ún. „shop-minták” és önálló INKU Refresh mintakatalógus segítségével, készletezés nélkül. A technológiát csak a közép- és felső árkategóriás szőnyegeknel alkalmazza, mert az olcsóbb szőnyegek esetén a Refresh technológia költsége magasabb lenne az alaptermék áránál. A Refresh technológiával gyártott szőnyegek felára az azonos minőségű, de Refresh nélküli szőnyegekhez képest a gyártási mennyiség függvényében 500-2000 Ft/m² lehet.
8. Az INKU Kft. a termék célcsoportjának a lakossági felhasználók közül az egészségüket és az egészséges lakókörnyezetüket fontosnak tartó, tudatosan gondolkodó otthon-teremtők körét tekinti, míg az intézményi felhasználók közül elsősorban szállodák, nagyobb közösségi területek, irodák jöhetnek számításba.
9. A 2004. évi DOMOTEX kiállításon megjelentek más hasonló technológiát használó jelentős gyártók, de fejlesztéseik még kísérleti fázisban vannak.
10. Az eljárás alá vont tavasszal jelentette meg országosan a 2004. május-júniusra vonatkozó 12 oldalas termékkatalógusát 500.000 példányban, melyben szerepelt az INKU Refresh termék. A termékkatalógus az interneten is folyamatosan megtekinthető a www.inku.hu weboldalon.
11. A termékkatalógus utolsó oldalán a következők szerepelnek:

„INKU Refresh – az oxigéntermelő padlószőnyeg”

A fenti szlogen mellett látható egy olyan ábra, mely azt mutatja, hogy az „Elhasználódott, káros levegő” belejutva a szőnyegbe „Megtisztított, egészséges levegővé” válik.

12. Az oldal közepén olvasható:
„Az INKU Refresh szőnyegek a DuraAir® technológiának köszönhetően a levegő áramlása segítségével, katalizátor folyamat révén friss oxigénné alakítják át a

helyiség légtérében felhalmozott káros anyagokat. Az INKU Refresh szőnyeget ajánljuk allergiás megbetegedésben szenvedőknek, irodákba, konferenciatermekbe, házi állatot tartó családoknak, minden olyan területre, ahol az egészséges környezet kialakítása a cél.

Nehezen hihető, de igaz:

A Refresh szőnyegcsalád a szagokat tiszta levegővé változtatja

Tökéletesen alkalmazható cigarettafüst és ételszag kiküszöbölésére

Lakásokban, irodákban, szállodákban alkalmazható

Csökkenti az allergiás reakciókat

Mentes minden egészségre ártalmas anyagtól

Egyedülálló DuraAir® technológiát alkalmaz

Innovatív katalizátoros hatás

Az idő múlásával sem csökken az INKU Refresh hatás”

13. Az oldal alján a következők találhatóak:
„A Refresh hatás nem hit vagy bizalom kérdése. Tudományos kísérletek számos sora bizonyítja a szőnyeg levegő-átalakító képességét! Győződjön meg róla Ön is! Vásároljon most Refresh szőnyeget 15% bevezető kedvezménnyel!”
14. Az intézményi felhasználó kör részére tervezett őszi termékbemutatókat a GVH eljárása miatt az INKU Kft. elhalasztotta. A versenyfelügyeleti eljárás megindulása óta rendelést nem vett fel Refresh termékre, ilyen szőnyeget nem adott el. A reklámújság terjesztését megszüntette.

II.

A vizsgálati jelentés

15. A vizsgáló szerint az INKU Kft. a reklámkiadványában a terméket a „Refresh – az oxigéntermelő padlószőnyeg” szlogen feltüntetésével olyan tulajdonságokkal ruházta fel, amelyek nem felelnek meg a valóságnak.
16. Egy szervetlen anyag, mint a szőnyegpadló sem fotoszintézisre, sem asszimilációra nem képes, ezért oxigént nem termelhet. A vizsgáló szerint ahogyan a padlószőnyeg nem képes oxigént termelni, úgy nem képes levegőt sem előállítani.
17. A vizsgáló megtévesztésre alkalmasnak találta a reklámszöveg azon állítását, miszerint a szőnyeg a szagokat tiszta levegővé változtatja. A katalizátoros folyamat olyan kémiai folyamat, ahol a felület nagysága nem befolyásolja számottevően a kémiai reakciót. Az „innovatív katalizátoros hatás” kifejezés pedig értelmezhetetlen. Van ugyanis katalizátor és az általa segített/kiváltott katalitikus folyamat, azonban a padlószőnyeg reklámjában nem ezt az eljárás nevesítette, hanem olyan szóösszetételt használt, amely tudományosságnak csak a látszatát kelti. Összességében a szagokból nem lehet tiszta levegőt előállítani, hanem a levegőben lévő illatanyagokat lehet kiszűrni, illetve megkötni.
18. A reklám állításával szemben kétségbe vonható, hogy az INKU Refresh hatás nem csökken az idő múlásával. Mégha katalizátor is az illatanyag csökkentésének az eszköze, hatása nem lehet korlátlan, az idő múlásával hatékonysága mindenképpen csökken.

19. Továbbá, annak bizonyítására, hogy a szőnyeg csökkenti az allergiás reakciókat, az eljárás alá vont nem szolgáltatott elegendő és megfelelő bizonyítékot. A vizsgáló szerint elvárható, hogy egy bevezetni kívánt új terméket, amelyet többek között úgy reklámoznak, hogy az allergiás reakciók csökkentésére is szolgál, allergológus szakorvosi vélemény támasszon alá. Még ha el is fogadja az Institut für Umwelt und Gesundheit (továbbiakban: IUG) Fulda Intézet minőségi tanúsítványát, a vizsgálat megjegyzi, hogy az anyag nem tartalmaz utalást arra a sokak számára komoly problémát jelentő allergiás tünetre, melyet a poratka okoz, s melyet jórészt a szőnyegpadló tartalmaz. A reklám szerint csökkennek az allergiás reakciók – és nem egyes allergiás reakciók – ami azt sugallja, hogy vélhetően csökkennek a poratka által okozott panaszok is, ami azonban nem felel meg a valóságnak.

IV.

Az eljárás alá vont védekezése

20. Az eljárás alá vont álláspontja szerint az „oxigén” szó alatt „levegőt” kell érteni, hiszen széles körben elterjedt és meghonosodott az oxigén kifejezés, mint a friss levegő szinonimája. A termék valóban nem képes elemi állapotú oxigénmolekulák, illetve ennek egyéb megjelenési formáinak előállítására, és az oxigén-előállítást eredményező vegyi- illetve egyéb jellegű folyamatok (fotoszintézis) nem zajlanak le a szőnyegben. A katalizációs folyamat segítségével azonban a termék csökkenti a levegőben lévő egyes káros anyagok koncentrációját, így a levegőt tisztítja, azaz „friss levegőt” termel. Bár a levegő 78%-a nitrogénből áll és mindössze 21%-át teszi ki az oxigén, a köznyelvben mégis széles körben elterjedt és meghonosodott az „oxigén” kifejezés, mint a friss levegő szinonimája. Példaként említi a könnyűbűvár oxigénpalackját, mely sűrített levegőt, és nem csak oxigént tartalmaz, illetve az olyan jellegű kifejezéseket, mint hogy „a szobában elfogyott az oxigén”, vagy az erdőben sétálva mély lélegzetet vesz valaki, mert „az erdőben úgymond sok az oxigén”, amikor is szintén a levegőre, levegő-ellátásra és nem az oxigénre kell gondolni. A padlószőnyegre vonatkozó kijelentéssel a köznyelvben elfogadott friss levegő-termelést, és nem a szó szerint vett oxigén-termelést értette.
21. „Ami a káros anyagokat friss levegővé alakítja át” állítást illeti, a tárgyaláson elismerte, hogy nyelvtanilag nem a leghelyesebb megfogalmazást alkalmazta, de az állítás végső soron igaz. A jövőben elképzelhető, hogy „levegőtisztító” szlogent szeretnék majd alkalmazni
22. Az innovatív katalizátoros hatásról előadta, hogy az INKU Refresh technológia a padlószőnyeg iparág innovatív újdonsága, innovációja. A termék nem abszorpció, hanem katalizátoros folyamat segítségével fejti ki hatását. A katalizátoros hatás azt jelenti, hogy egy kémiai folyamatban egy katalizátornak nevezett külső faktor segítségével úgy módosítható a reakció iránya és/vagy sebessége, hogy ez a katalizátor maga nem jelenik meg a reakció végtermékei között, hanem a reakció végén kémiailag változatlan formában megmarad. A katalizátor maga nem befolyásolja a rendszer egyensúlyi helyzetét, csak azt a sebességet, amellyel az egyensúlyi állapot beáll. A vizsgálat alá vont termékénél az alkalmazott technológia ún. heterogén oxidatív katalízis, mely során pl. a levegőben jelenlévő formaldehid

a katalizátor segítségével az oxidációs folyamatban széndioxidra és vízre bomlik. A katalizátor a padlószőnyeg szövetszállaira speciális gyanta segítségével kerül felvitelre.

23. Az allergiás reakciók csökkentésének bizonyítására az eljárás alá vont becsatolta az IUG Fulda Intézet – mely az Európai Allergiaszövetség kirendeltsége - minőségi tanúsítványát, mely szerint a termék az „Allergiásoknak javasolt szőnyegpadló” védjegy pecsétet kapta.

V. Jogi háttér

24. A Tpv. 8. §-a (1) bekezdésének első mondata szerint tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. Ugyanezen cikk (2) bekezdésének a) pontja értelmében a fogyasztók megtévesztésének minősül különösen, 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.
25. 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.
26. A gazdasági reklámokról szóló 1997. évi LVIII. törvény (a továbbiakban: Grtv.) 2. § f) pontja értelmében fogyasztónak tekintendő minden olyan természetes és jogi személy, valamint jogi személy nélküli gazdasági társaság, aki felé a reklám irányul. A Grtv. 2. § g) pontja szerint minden olyan tájékoztatás, amely termék, szolgáltatás, ingatlan, jog és kötelezettség (a továbbiakban: áru) értékesítését vagy más módon történő igénybe vételét és a vállalkozás nevének, megjelölésének, tevékenységének népszerűsítését, továbbá áru vagy árujelző megismertetését mozdítja elő, gazdasági reklámnak minősül.
27. A Grtv 2. § n) pontja szerint megtévesztő reklám minden olyan reklám, amely bármilyen módon – beleértve a megjelenítését is – megtéveszti vagy megtévesztheti azokat a személyeket, akik felé irányul, vagy akiknek a tudomására juthat, és megtévesztő jellege miatt befolyásolhatja e személyek gazdasági magatartását, vagy ebből eredően a reklámozóéval azonos vagy ahhoz hasonló tevékenységet folytató más vállalkozás jogait sért vagy sértheti. A Grtv. 15. § (2) bekezdésében foglaltak értelmében a megtévesztő reklámok közzététele esetén – a Tpv-t-ben meghatározottak szerint – a reklámfelügyeleti eljárás lefolytatása a bíróság, illetve a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe tartozik. A reklám megtévesztő jellegének megállapítására a Gazdasági Versenyhivatal jogosult.
28. A Tpv. 77. § (1) bekezdésének d) és f) pontjai szerint az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését, illetőleg megtilthatja a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását.

29. A Tpv. 78.§ (1) bekezdése értelmében a versenytanács bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpv. rendelkezéseit megsérti. A bírság összege legfeljebb a vállalkozás előző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet. A (2) 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.

VI.

A versenytanács döntése

30. Egy reklám közzétételének elsődleges céljai közé tartozik adott termék megismertetése, népszerűsítése és kelendőségének fokozása. A vállalkozások fogyasztók felé irányuló, a reklámokban megjelenő tájékoztatásaival szemben általános követelmény, hogy a fogyasztók az alapján reális képet kaphassanak a termékről. Ha egy vállalkozás tisztességtelen módon, megtévesztésre alkalmas információt közöl a fogyasztókkal, és ezáltal a fogyasztók nem az elvárásaiknak megfelelő termékhez jutnak, a versenytársak sérelmén túlmenően torzul a gazdasági verseny. Egy olyan termék esetén, mely újdonságként jelenik meg a piacon, különösen fontos elvárás a vállalkozással szemben, hogy tényszerű és valósághű üzeneteket továbbítson a fogyasztók részére. Az azonos fogyasztói igényeket kielégítő, egymással helyettesíthető termékek (úgy mint a padlószőnyegek) kiválasztása során ugyanis a fogyasztó döntésének meghozatalakor figyelembe veszi a termék olyan kiemelt tulajdonságait, mely a többi helyettesítő terméktől jelentősen megkülönbözteti.
31. A jelen eljárás tárgyát képező terméket az eljárás alá vont olyan tulajdonságokkal ruházta fel hirdetésében, melyek újszerűek és egyelőre más helyettesítő termékektől alapvetően eltérőek. Ráadásul ezek az újdonságnak számító jellemzők olyan területre, nevezetesen az egészséges életvitelre, az egészségtudatosabb életmódra vonatkoznak, mely központi szerepet kapott korunkban, ezért „érzékeny pontja” egy meghatározott fogyasztói rétegnek. Így megállapítható, hogy a reklám állításai olyanok, melyekre a fogyasztók odafigyelnek, tehát alkalmasak arra, hogy befolyást gyakoroljanak rájuk. A versenytanács ezt követően az INKU Kft. reklámújságán és Internet honlapján olvasható állításainak valóságtartalmát vizsgálta meg. A GVH rendelkezésére bocsátott vizsgálatokból és bizonyítványokból a következők állapíthatók meg.
32. Az eljárás alá vont azon reklámállítása, hogy a szagtalanító hatáson túl a szőnyegek „a katalizátor folyamat révén friss oxigénné alakítják át a helyiség légterében felhalmozott káros anyagokat”, egyértelműen valótlan állításnak minősül. Maga az eljárás alá vont is elismerte, hogy a szőnyeg nem képes oxigént termelni, és az oxigént csak a levegő szinonimájaként értette. A szakértői vizsgálatok azonban nem tartalmaznak állítást arra vonatkozóan, hogy a szőnyeg levegőt termelne, pusztán annyit, hogy a szobában lévő levegőből képes egyes - és nem az összes - káros anyagok lebontására. Így a szagokból és káros anyagokból nem lesz tiszta

- levegő, hanem csak kiszűrődnek a levegőből egyes nem kívánatos szagok, anyagok.
33. Nem igaz az az állítás sem, hogy a kémiai folyamatok eredményeképp, a szőnyeg segítségével egészséges levegő kerül a szobába, legfeljebb egészségesebb levegőről lehet beszélni. Az eljárás alá vont nem csatolt be olyan szakértői véleményt, mely azt igazolta volna, hogy tiszta, egészséges levegő lesz a Refresh szőnyeggel felszerelt szobában. Mivel a szőnyeg nem tud oxigént termelni, nem keltheti a reklám azt a hatást, mintha a szőnyeg valóban egészséges levegőt állítana elő.
 34. A reklám azon pontja, mely szerint a Refresh szőnyegpadló „tökéletesen alkalmazható cigarettafüst és ételszag kiküszöbölésére”, szintén nem fedi a valóságot. A szabadalmi kérelem szerint a szövet, mint például a szőnyeg szagtalanító tulajdonságokkal rendelkezik, a káros anyagok azonban, még ha kisebb mértékben is, de továbbra is fellelhetők voltak a beltérben. Összességében a vizsgálatok azt igazolják, amint azt a szabadalmi kérelem is leírta, a szőnyeg ténylegesen rendelkezik szagtalanító hatással, és alkalmas arra, hogy egyes beltéri, allergiát okozó anyagokat csökkentsen, de nem arra, hogy teljesen megszüntessen. Az IUG Fulda 2003. január 6-i vizsgálati jelentéséből csak az a következtetés vonható le, hogy a teszt során a megkérdezettek a szaghatást valamivel kellemesebbnek, a szagintenzitást valamivel gyengébbnek érezték a nem Refresh szőnyegpadlóval felszerelt kontrollteremhez képest, de nem nyilatkoztak úgy, hogy a szag teljesen megszűnt volna. Így nem állítható az, hogy a Refresh technológiával a szag tökéletesen kiküszöbölhető lenne.
 35. Azzal kapcsolatban, hogy a Refresh szőnyegpadló megszerezte az IUG Fulda Intézet „Allergiásoknak alkalmas” minőségi tanúsítványát, a versenytanács a következőket állapítja meg. A tanúsítvány rögzíti, hogy az a 2002. augusztus és december közötti IUG Fulda Intézet által elvégzett vizsgálatok eredményeképpen került megállapításra, és a tanúsítvány egy évre vonatkozik, melynek letelte után a terméket utóvizsgálatnak kell alávetni. Mivel a vizsgálatok a beltéri, egyes, allergiás reakciókat okozó káros anyagok csökkenésének megállapítására vonatkoztak, a minőségi tanúsítvány is csak erre kerülhetett kiállításra. Az egyéb forrásból származó allergiás tüneteket (mint pl. a vizsgáló által említett poratka) nem érintették a kutatások. Így önmagában az a reklámkijelentés, hogy a termék „csökkenti az allergiás reakciókat”, nem alkalmas arra, hogy a fogyasztó felé a szőnyeg reális tulajdonságait tükrözze.
 36. A 2003. március 7-i keltezésű vizsgálati jelentés összefoglaló megállapításai szerint az összehasonlító kísérletek szerint a kezdetben nehezen meghatározható reaktivitás alapján a Triple Fresh, a DuraAir termék a beltéri káros anyag formaldehidet oxidatív úton széndioxidra és vízre bontja le. Ez a folyamat heterogén oxidatív katalízist jelent, azaz a terméken katalitikus folyamat zajlik le. A termék pedig valóban újdonságnak számít, innovációt testesít meg. Így a versenytanács nem tartotta megtevésztőnek az „innovatív katalizátoros hatás” kifejezést.
 37. A TÜV bizonyítványában továbbá az áll, hogy a TÜV rendszeresen felülvizsgálja a jövőben a terméket. Az eljárás alá vont nem nyújtott be arra nézve bizonyítékot, hogy ezekre az utóvizsgálatokra sor került volna-e. Az eljárás alá vont nem csatolt

- be olyan szakértői véleményt, mely arra vonatkozna, hogy a szőnyegpadló szagsemlegesítő hatása az „idő múlásával sem csökken”. A versenytanács megjegyzi, hogy ez a kijelentés a termék újszerűségéből kifolyólag sem igazolható.
38. Figyelemmel a fentiekre, a versenytanács szerint az eljárás alá vont a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított, amikor azt állította, hogy az INKU Refresh oxigéntermelő padlószőnyeg, mely az elhasználdott káros levegőt megtisztított, egészséges, illetve tiszta levegővé változtatja, továbbá mely friss oxigénné alakítja a helyiség légterében felhalmozott káros anyagokat és tökéletesen alkalmas a cigarettafüst és ételszag kiküszöbölésére. Nem fogadható el az sem, hogy a szagokat tiszta levegővé változtatja, és csökkenti az allergiás reakciókat, valamint az, hogy az időmúlásával sem csökken a hatása. A valótlan állítások a szőnyeg olyan jelentős tulajdonságaira vonatkoznak, amelyek alkalmasak a fogyasztók megtévesztése révén a verseny torzítására.
 39. A jogsértés Tpv. 77.§ (1) bekezdés d) pontja alapján a jogsértés megállapítása mellett a jogsértő magatartás további folytatásától való eltiltás is indokolt volt. Ez azt jelenti, hogy az eljárás alá vontnak gondoskodnia kell arról, hogy a jövőben a kifogásolt állítások ne kerüljenek használatra, és a már megjelent kiadványok ne juthassanak el a fogyasztókhoz, illetve az Internet honlap tartalma megfelelően módosításra kerüljön.
 40. A versenytanács mellőzte a bírság kiszabását. A GVH gyakorlata során követett bírságszámítás révén, tekintettel a kis mértékű reklámköltségre és szőnyegértékesítésre, olyan csekély mértékű bírság lett volna megállapítható, melytől büntető hatás nem volt várható. Az eljárás alá vont jövőbeni magatartásának jogszerű alakítása sem követelte meg bírság kiszabását, mivel a szövegezés pontatlanságát elismerte, a jövőben azt korrigálni fogja, a versenyfelügyeleti eljárás megindulásakor nemcsak a hirdetéssel, de a termék szélesebb körű bevezetésével is felhagyott. Ez olyan, a versenyfelügyeleti eljárás tényéből nem szükségszerűen következő forgalomkiesést eredményezett számára, ami önmagában egyenértékű volt a megállapítható bírság mértékével.
 41. A határozat elleni jogorvoslati jogosultságot a Tpv. 83. § biztosítja.

Budapest, 2004. november 27.