



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj-80/2007/104.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa

- a **Vitapress Gyümölcsléelőállító és Élelmiszerkereskedelmi Kft.** (Dunaharaszti),
- a **KaFa-tex Tanácsadó Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.** (Debrecen),
- az **Europa Kft.** (Budapest),
- a **Development Service Consulting Kft.** (Budapest) és
- a **Norbi Update Worldwide Zrt.-t** (Budapest)

ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt indított eljárásban nyilvános tárgyaláson meghozta az alábbi

végzést

A Versenytanács a versenyfelügyeleti eljárást megszünteti

- az MG Europa Kft. által forgalmazott „Just Like Sugar” termék csomagolásán szereplő „100%-ban természetes!” állítás és
- a Development Service Consulting Kft. esetében az „Update” termékek csomagolásán elhelyezett „nem hizlal!” közlés és a Flyerz magazin 2007. február 1-7-i számában a „Norbi Update lisztkeverék” kapcsán megjelent tájékoztatás

vonatkozásában.

A jelen végzés ellen a kézhezvételtől számított 8 napon belül az ügyfelek a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtandó, de a Fővárosi Bírósághoz címzett jogorvoslati kérelemmel élhetnek.

I n d o k o l á s

1. A Gazdasági Versenyhivatal azt követően indított versenyfelügyeleti eljárást a Vitapress Gyümölcsléelőállító és Élelmiszerkereskedelmi Kft. (a továbbiakban: Vitapress Kft.), a KaFa-tex Tanácsadó Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. (a továbbiakban: KaFa-tex Kft.), az MG Europa Kft. és a Development Service Consulting Kft. (a továbbiakban: Norbi.hu Kft.) ellen, hogy észlelte,

- a Vitapress Kft. által forgalmazott, valamint a Norbi.hu Kft. által népszerűsített - „Norbi Update ételízéstartósítós” csomagolásán szerepeltetett „csökkentett nátrium-klorid tartalmú!”, valamint „Jódozott östengeri sóval” felirat,

- a „Norbi Update Marhahúsleves kocka” és „Norbi Update Tyúkhúsleves kocka” csomagolásán szerepeltetett „Csökkentett nátrium tartalommal!”, valamint a „Finomított jódozott östengeri sóval” felirat,
- a KaFa-tex Kft. által forgalmazott, valamint a Norbi.hu Kft. által népszerűsített
 - „Norbi lisztkeverék nokedlikhez és tésztákhoz”, „Norbi lisztkeverék édes és sós süteményekhez”, „Norbi lisztkeverék palacsintákhoz” termékek csomagolásán feltüntetett „65%-kal kevesebb szénhidrát”, valamint „65%-kal kevesebb felszívódó szénhidrátot tartalmaz, mint a hagyományos gabonalisztek” felirat,
 - „Norbi Update kenyérliszt” terméken feltüntetett „Csoda”, valamint „90% felszívódó szénhidrát” felirat,
- az MG Europa Kft. által forgalmazott, valamint a Norbi.hu Kft. által népszerűsített
 - „Just Like Sugar” termék csomagolásán feltüntetett „1 kód Norbi Update életmódrendszer 0-24 h”, valamint „1 Update 0-24 h nem hizlal” felirat,
- a Norbi.hu Kft. által a „Norbi Update” életmódrendszerrel összefüggésben
 - az életmódrendszer részét képező termékeken feltüntetett „1 kód Norbi életmódrendszer 0-24 h”, valamint „1 Update 0-24 h nem hizlal” jelölések,
 - számos médiumban (www.norbiupdate.hu weboldalon, a Flyerz magazinban, az MTV1 és az MTV2 műsoraiban, a „Norbi Update” című 2006. és 2007. évi kiadású könyvekben stb.) közzétett (teljes kommunikációs tevékenysége során) az életmódrendszer részét képező termékekkel kapcsolatos, egészségre gyakorolt hatásáról tett tájékoztatások

valószínűsíthetően megsértették a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) III. fejezetének rendelkezéseit, valamint a gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény (a továbbiakban: Grtv.) 7.§-ának (1) bekezdését, illetve 7/A.§-a (2) bekezdésének a) pontját.

A Gazdasági Versenyhivatal az eljárásba ügyfélként bevonta a Norbi Update Worldwide Zrt.-t, miután észlelte, hogy a vizsgált magatartásnak valószínűsíthetően a Norbi Update Worldwide Zrt. is részese, mivel kiadója többek között a „Norbi Update – Minden, amit a fogyasztásról tudok” című könyvnek, amely szintén az Update életmódrendszert népszerűsíti, melyben a kialakított kódrendszer vélhetően szakmailag nem megalapozott állításokat tartalmaz.

I.

Az eljárásban érintett vállalkozások

2. Az 1989-ban alapított Vitapress Kft. 1994-ben jelent meg a „Virgin” márkanevű termékekkel. A kezdetben ételízesítőkből álló „Virgin” termékcsaládot később fűszerkeverékekkel, instant levesporokkal, fűszer alapokkal és leveskockákkal bővítette ki. A Norbi Update termékek („Norbi Update ételízesítő”, „Norbi Update Marhahúsleves kocka”, „Norbi Update Tyúkhúsleves kocka”) gyártását és forgalmazását a 2006. évben kezdte meg.

2006. évi nettó árbevétele 877 millió Ft volt.

3. Az 1989-ben alapított KaFa-tex Kft. fő tevékenysége 2005-ig textil nagykereskedelem volt, majd tevékenységi köre élelmiszerkereskedelemmel bővült. Miután a „LoCarb Choice” lisztek magyarországi forgalmazója lett, fő tevékenysége az élelmiszerkereskedelem. 2005 augusztusától forgalmazza a „Norbi Lisztkeverék nokedlikhez és tésztákhoz” elnevezésű,

valamint az „Norbi Lisztkeverék édes és sós süteményekhez és palacsintákhoz”, továbbá a „Norbi Update kenyérliszt” elnevezésű termékeket.

2006. évi nettó árbevétele mintegy 175,6 millió forint volt.

4. A 2005-ben alakult MG Europa Kft. fő tevékenysége megalakulásától kezdve az USA-ból származó „Just Like Sugar” elnevezésű édesítőszer teljes európai piacra való bevezetése és forgalmazásának megszervezése volt.

2006. évi nettó árbevétele 22,2 millió forint volt.

5. A Norbi.hu Kft. 2002-ben Norbi Fitness Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. elnevezéssel került bejegyzésre, amelynek jogutódja a Norbi Wellness és Média Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. 2005. február 17-ig, majd ettől az időponttól Norbi.hu Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.. A vállalkozás neve 2007. szeptember 25-től módosult Development Service Consulting Kft.-re.

A társaság a wellness életmód hirdetésével és terjesztésével foglalkozó Schobert Norbert szakmai tudását és az elért társadalmi reputációját hasznosítja. Fő tevékenysége szórakoztatás, kultúra, sport, film- és videógyártás.

2006. évi nettó árbevétele 367,3 millió Ft volt.

6. A 2006-ban alakult Norbi Update Worldwide Zrt. fő tevékenysége szórakoztatás, film- és videógyártás. Széles körben népszerűsíti a Norbi Update életmódrendszert a különböző rendezvényeken, magazinokban stb. Az általa kiadott „Minden amit a fogyásról tudok” című könyv 4 országban 3 nyelven lett kiadva, az eladott példányok száma 420.000.

2006. évben nettó árbevételt nem ért el. A 2007. év első félévben elért nettó árbevétele 124 millió forint volt.

6. A Norbi.hu Kft. (illetve jogelődje) több vállalkozással, közöttük a Vitapress Kft.-vel, a KaFa-tex Kft.-vel és az MG Europa Kft.-vel kötött együttműködési szerződést olyan termékek közös értékesítésére, illetve kommunikációjára, amelyek részét képezik az ún. „Norbi Update” életmódrendszernek. Jelenleg 100 felett van azon (különböző termékcsoportokba tartozó) termékek száma, amelyek részesei a „Norbi Update” életmódrendszernek.

7. A Vitapress Kft.-vel 2006-ban megkötött együttműködési megállapodás egyebek között az alábbiakat tartalmazza:

- a szerződés alapján, a szerződés fennállása alatt a Vitapress Kft. jogosult a termékek csomagolásán feltüntetni az „Update” logót, a termékek „Update” kódját, valamint a „Norbi” megjelölést,
- a termékek design-ját - a Vitapress Kft.-vel előzetesen egyeztetett módon - a Norbi.hu Kft. vállalja elkészíteni. Szerződő felek a termékek „Update” kódját, az „Update” logó megjelenését, a logó feltüntethető méretét, továbbá a termékek csomagolásának design-ját a szerződés elválaszthatatlan részét képező mellékletben jelölik meg. A Vitapress Kft. csak olyan designt alkalmazhat, melyet a Norbi.hu Kft. részére átadott, illetve jóváhagyott.

8. A KaFa-tex Kft.-vel 2004-ben megkötött együttműködési megállapodás egyebek között az alábbiakat tartalmazza:

- a szerződés alapján a szerződés fennállása alatt a KaFa-Tex Kft. jogosult a terméken feltüntetni az „Update” logót, valamint a termékek „Update” kódját. A terméken az „Update”-kód, az „Update” logó megjelenését, valamint a logó feltüntethető méretét a szerződés elválaszthatatlan részét képező 1. mellékletében jelölik meg,
- a KaFa-Tex Kft. kizárólag a Norbi Wellness és Média Kft. által jóváhagyott megjelenésű csomagolásban forgalmazhatja a terméket azzal, hogy a Norbi Wellness és Média Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. már a szerződés aláírásával hozzájárul ahhoz, hogy a KaFa-Tex Kft. a termék csomagolásán feltüntesse a „LoCarb Choice” feliratot és logót,
- a Norbi Wellness és Média Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. a termék forgalmazásában a fentiekben túlmenően a termékekkel kapcsolatos marketing tevékenység szerződés szerinti ellátásával működik együtt a KaFa-Tex Kft.-vel,
- a marketingtevékenységet a Norbi Wellness és Média Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. a szerződés aláírásától számított harmadik hónap utolsó napjáig (a termék piaci megjelenítésének bevezető szakasza) önállóan, a negyedik hónap első napjától pedig a KaFa-Tex Kft.-vel közösen látja el.

9. Az MG Europa Kft.-vel 2005-ben megkötött együttműködési megállapodás egyebek között az alábbiakat tartalmazza:

- a szerződés fennállása alatt az MG Europa Kft. jogosult és köteles a terméken feltüntetni az „Update” logót, valamint a termékek „Update” kódját. A terméken az Update-kód, az Update logó megjelenését, valamint a logó feltüntethető méretét, a szerződés elválaszthatatlan részét képező mellékletben jelölik meg,
- a szerződő felek a termék forgalmazásában történő együttműködés keretében a termék eladási árát közösen határozzák meg.

Az együttműködés rövid ideig állt fenn, a 2006. év II. negyedévében minden kommunikáció megszűnt a két vállalkozás között.

II.

Az érintett termékpiac

10. A fogyasztók oldalán egyre fontosabb szerep jut az egészséges életmódnak és vele együtt az egészséges táplálkozásnak, mivel a túlsúly és az elhízás az egyik legjelentősebb egészségügyi probléma lett. A WHO szerint a túlsúly és az elhízás a második legjelentősebb megelőzhető rizikófaktor a dohányzás után. Magyarországon a lakosság mintegy negyedede túlsúlyos, a felnőtt lakosság jelentős része küld súlyproblémákkal.

Az elhízás elterjedtsége miatt az utóbbi években egyre több olyan termék, illetve program jelent meg, amely egészséges életmóddal (ideértve a táplálkozást és a mozgást is) küzd az elhízás ellen, s egyre több fogyasztót érnek el az olyan kereskedelmi gyakorlatok, amelyek egy-egy termék „egészségességét” emelik ki.

Az elhízás, illetve a túlsúly csökkentése, megszüntetése kapcsán jelentkező egyre nagyobb fogyasztói érdeklődésre számos vállalkozás kíván termékeivel, szolgáltatásaival kielégíteni. Ezek egyike az ún. „Update életmódrendszer”.

11. Az „Update életmódrendszer” annak kialakítója, Schobert Norbert meghatározása szerint három fő pillérből áll:

- a helyes táplálkozás kialakításából,
- a rendszeres mozgásból és
- a lelki támogatásból.

2004-től egyre több olyan kritika jelent meg, amelyben az életmód rendszert és a kódokat bírálták. Ezek között az életmódrendszer működtetői által sem vitatottan szakmailag helytálló bírálatok is voltak, így pl. a Magyar Dietetikusok Országos Szövetsége részéről. 2006 végén az életmódrendszer tökéletesítése érdekében egy dietetikus átnézte az egyes kódokat és azokat több szempont alapján újracsoportosította. Az ún. „New Update” életmódrendszerrel 2007-ben újították meg az „Update” alapjait.

A helyes táplálkozás keretén belül az „Update életmódrendszer” három csoportra osztja fel az alapanyagokat, azzal, hogy kezdetben az élelmiszerek kalória- és szénhidráttartalmuk, glikémiás indexük és az anyagcsere bioritmusa alapján lettek becsoportosítva, majd az ún. „New Update” keretein belül 2007 januárjától ezeken a szempontokon kívül figyelembe veszik a zsírtartalmat, a zsírtartalom fajtáját, az élelmirost tartalmat és az étkezési szokásokat, így alakítva ki a hármas csoportosítást:

- az Update 1 kód alá tartozó, 6 órától 22 óráig korlátlanul fogyasztható élelmiszerek ismérve az alacsony kalóriaérték, az alacsony zsír- és szénhidráttartalom, az alacsony glikémiás index és a magas élelmirost-tartalom,
- az Update 3 kódba sorolandók a magas kalória, zsír és szénhidrát tartalmú, magas glikémiás indexű és alacsony rost tartalmú, 6 órától 12 óráig minimális mértékben fogyasztható ételek,
- az Update 2 kóddal az átmeneti értékekkel rendelkező, 6 órától 15 óráig mértékkel fogyasztható élelmiszereket illetik.

A GFK Hungária Kft. 2006 eleji felmérése szerint csaknem egymillió ember követte valamilyen szinten az Update életmódrendszert.

12. Az elhízás, illetve a túlsúly csökkentését, megszüntetését célzó termékek, szolgáltatások közötti választás mellett a jelen eljárásban vizsgált termékekre vonatkozó tájékoztatások egyes élelmiszer-szegmensek is érintettek:

- lisztkeverékek:

az utóbbi években a hagyományos gabonalisztek mellett megjelentek az olyan termékek, melyek egyes betegségek, így a táplálékallergia, cukorbetegség esetén is fogyaszthatók, valamint a nemcsak gabonaőrleményből álló különböző összetételű adalékanyagokkal ellátott sütőgépekhez ajánlott kenyérlisztek változatai is. Forgalmazásra kerültek a lisztérzékenység esetén fogyasztható gluténmentes lisztek, cukorbeteg részére gyártott alacsony szénhidráttartalmú diabetikus lisztek, valamint különböző sütemények készítéséhez alkalmas, adalékanyagokkal ellátott süteménylisztek. A hagyományos gabonaliszt gyártók és forgalmazók piaci szereplői között megtalálhatók azok a jelentős piaci súllyal rendelkező vállalkozások (malomipari társaságok, kutatóintézetek), amelyek termékpalalettájuk bővítése érdekében gyártják és forgalmazzák e speciális igényeket kielégítő termékeket, így pl. az Agrimill Rt., valamint Gabonatermesztési Kutatóintézet Kht.. Vannak olyan vállalkozások (pl. a for Contact Bt. és a Diabet Kft.), amelyek főleg diabetikus termékek előállítására specializálódtak. A KaFa-tex Kft. által forgalmazott sütő- és cukrászipari alapanyagok, liszthelyettesítők importból származó, alacsony szénhidráttartalmú magas rosttartalmú termékek. A hazai piacon hasonló összetételű lisztek jelenlétéről a Gazdasági Versenyhivatalnak nincs tudomása,

- **édesítőszer:**
a cukorpótló édesítőszer (fruktóz, szorbit, xilit stb.) energiaértéke a cukoréval közel azonos. A legfontosabb mesterséges édesítőszer (intenzív édesítőszer) a szacharin, a ciklamát, az aceszulfám-K és az aszpartám. Széles választékban, gyakran egymással kombinálva, tableta, folyadék és por alakban állnak a fogyasztók rendelkezésére. Ezek az aszpartám kivételével (amely két aminosav összekapcsolódásából áll, ezért akár „természetesnek” is tekinthető) mesterségesen előállított kémiai anyagok. Egymással kombinálva őket édesítőerejük növekszik. A mesterséges édesítőszer energiaértéke (az aszpartám kivételével) nulla, ezért az energiaszegény étrendekbe jól beilleszthetők. Valamennyi édesítőszer ereje nagyobb, mint a cukoré. A hazai édesítőszer piacon különböző összetételű mesterséges édesítőszer vannak forgalomban (pl. Equal, NutraSweet, Neotame, Spoonful, Equal-Measure, NutraTaste, Canderol). Természetes alapanyagot tartalmazó édesítőkről a jelen eljárásban érintett, csak rövid ideig forgalmazott „Just Like Sugar” terméken kívül (amelynek fő alkotó elemei a cikória maltodextrin, cikória ételmi rost) a Gazdasági Versenyhivatalnak nincs tudomása. Az édesítőszer iránti fogyasztói kereslet hátterében betegség (cukorbetegség) és a súlyfelesleg megelőzésére, illetve csökkentésére való törekvés egyaránt állhat.

III.

Az eljárásban érintett vállalkozások egyes vizsgált magatartása

Az MG Europa Kft. „Just Like Sugar” terméke

13. Az MG Európa Kft. 2005 augusztusától 2006 novemberéig forgalmazta a „Just Like Sugar” terméket, amelyet a Las Vegas-i székhelyű Just Like Sugar Inc. vállalattól szerzett be. A termék csomagolásán – az „1 kód Norbi Update életmódszere 0-24 h” közlésen kívül – a következő állítások kerültek elhelyezésre:

„Cukormentes cukor” felirat.
 „100%-ban természetes!”
 „0 Szénhidrát! 0 Kalória!”

14. A termék összetétele: cikória maltodextrin, cikória ételmi rost, Kalcium, C-vitamin és természetes aroma (narancshéjból).

15. A termékben található C-vitamin és Kalcium igen csekély mennyiségben hozzáadott összetevők. Ezek természetes eredetéről az MG Europa Kft. nem tudott érdemi információkkal szolgálni.

16. A termék címkéjén szereplő, „100%-ban természetes! 0 szénhidrát, 0 kalória!” felirat az MG Europa Kft. nyilatkozata szerint nem a Norbi.hu Kft. marketingjéhez tartozik. Ez a felirat a termék eredeti címkéjének hivatalos magyar nyelvű fordítása, a címkét pedig az amerikai gyártó alakította ki.

**A KaFa-tex Kft. „Norbi lisztkeverék nokedlikhez és tésztákhoz”,
 „Norbi lisztkeverék édes és sós süteményekhez”,
 „Norbi lisztkeverék palacsintákhoz” termékei, illetve
 „Norbi Update kenyérliszt” terméke**

17. A 2006 januárjától forgalmazza a KaFa-tex Kft. a „Norbi lisztkeverék nokedlikhez és tésztákhoz”, a „Norbi lisztkeverék édes és sós süteményekhez” és a „Norbi lisztkeverék palacsintákhoz” termékeket.

18. Mindhárom termék sütő- és cukrárszipari alapanyag, liszthelyettesítő. Magas az élelmi rosttartalmuk, többszöröse a búzalisztnek. Az angol partner „LoCarb Choice” lisztjei esetében vállalta a felszívódó szénhidrátartalom 5% alatti mértéken tartását.

19. A Flyerz magazin 2007. évi február 1-7. számában „KO” szignóval a „Norbi Update lisztek” egészségre gyakorolt hatásáról az alábbi tájékoztatás jelent meg:¹

„Update-el az Update” 2. rész

Egy sikeres autómódel életében is eljön az a pillanat, amikor külső-belső megújuláson megy keresztül, Norbi update életében is eljött ez az idő...

Norbi és kis csapata 4 év kemény munka után kívül-belül új tartalommal tölti meg a már meglévő kereteket. Ezt három fő ok indokolja. A fogyasztói igények messzemenő figyelembe vétele. A reform piac változásai, illetve az utóbbi években elvégzett átfogó, tudományos háttérmunka. Így született meg a forradalmian új „New Update”. Erről beszélgettünk Norbival.

Flyerz: Mit takarnak a reform ételpiac változásai?

Norbi: Az Update termékek keresztmetszetét folyamatosan bővíteni tudjuk, hiszen jelenleg már 240 terméket fejlesztettek ki élelmiszermérnökeink, viszonylag rövid idő alatt. Emellett figyelembe veszünk egy olyan dolgot is, amit ez idáig mindenki kihagyott a számításból. Kutatások alapján bizonyítható, hogy bizonyos ételek és alapanyagok egymásra gyakorolt hatása a gyomorban és az emésztőrendszerben módosíthatja a felszívódásukat. Gondoljunk csak arra, hogy régen fekete, durva, teljes őrlésű zsíros kenyeret ettek a szántóföldeken, mégis viszonylag kevés elhízott emberrel találkozhattunk. A zsír ugyanis lassítja a kenyérben lévő szénhidrát felszívódását, megváltoztatja a glikémiás indexet (ami azt jelenti hogy az adott étel mennyire emeli meg a vércukorszintet). A magas rosttartalommal ugyanezt a hatást érhetjük el. Ráadásul a vastagbélrák a kialakulásának az esélyeit is minimálisra csökkenthetjük, hiszen a mi speciális Norbi lisztünk tele van rosttal. Sok olyan betelefonáló volt az Ételfutár ügyfélszolgálatára, aki hasmenésre panaszkodott, pedig csak arról volt szó, hogy a mi lisztünk felhasználásával készített ételeink kitisztítják a bélcsatornát. Ilyenkor a bél falon lévő lerakódások mennyisége csökken, amikből elvileg esetenként visszamérgezés, majd polip, végül pedig, akár daganat is kialakulhat. Hogy mennyire fontos ez? (Gondoljunk csak a végbélkúpra, a leghatékonyabb lázcsillapítók is innen szívódnak fel.)

A Norbi Update liszt tehát az egyik legnépszerűbb rákprevenciós eszköz. Ennek kapcsán mondanám el azt, ha a sima graham lisztet feldúsítják rostokkal, máris sokat tettünk az egészségünk megőrzése érdekében. Hozzá tartozik a dologhoz, hogy a Norbi liszt és a speciális Update alapanyagok drágábbak az átlagnál, nem mindenki tudja megfizetni őket.”

20. A Magyarországon közfogyasztásra szánt, illetőleg forgalomba hozott élelmiszerek előállításának, forgalmazásának feltételére vonatkozó előírásokat az élelmiszerekről szóló

¹ Vj-80/2007/28/10.

2003. évi LXXXII. törvény (a továbbiakban: Ét.) tartalmazza, amely egyebek között rögzíti, hogy

- élelmiszernek minősül az európai élelmiszerjog általános elveiről és követelményeiről, az Európai Élelmiszer-biztonsági Hatóság létrehozásáról és az élelmiszer-biztonságra vonatkozó eljárások megállapításáról szóló, az Európai Parlament és a Tanács 178/2002/EK rendeletének (a továbbiakban: 178/2002/EK rendelet) 2. cikke szerint élelmiszernek minősülő anyag, illetve termék (2.§ 1. pont). Az élelmiszer fogalmáról a 178/2002/EK rendelet hivatkozott 2. cikke kimondja, az élelmiszer minden olyan feldolgozott, részben feldolgozott vagy feldolgozatlan anyagot vagy terméket jelent, amelyet emberi fogyasztásra szánnak, illetve amelyet várhatóan emberek fogyasztanak el. Az élelmiszer fogalmába beletartozik az ital, a rágógumi, valamint az előállítás, feldolgozás vagy kezelés során szándékosan hozzáadott bármely anyag, többek között a víz is. Az élelmiszer fogalmába beletartozik a 98/83/EK irányelv 6. cikkében - a 80/778/EGK és a 98/83/EK irányelvben megfogalmazott követelmények sérelme nélkül - meghatározott megfelelőségi pontot követően a víz is,
- a forgalomba hozatalra kerülő élelmiszer csomagolásán magyar nyelven, közérthetően, egyértelműen, jól olvashatóan fel kell tüntetni a fogyasztók tájékoztatásához szükséges - az élelmiszerek jelöléséről szóló külön jogszabályokban meghatározott – jelöléseket [10.§ (1) bekezdés],
- az élelmiszer megjelenítése és a fogyasztót tájékoztató jelölés nem tévesztheti meg a fogyasztót [10.§ (2) bekezdés].

Az élelmiszerek jelöléséről szóló 19/2004 (II. 26.) FVM-ESzCsM-GKM rendelet értelmében

- jelölés bármely, az élelmiszerre vonatkozó szó, jel, védjegy, márkanév, ábra vagy szimbólum, amelyet az élelmiszer csomagolásán, a dokumentációban, a címkén, a feliraton, a gyűrűn vagy a galléron helyeznek el (2.§ 1. pont),
- a jelölés és az alkalmazott jelölési módszer
 - a) nem vezetheti félre a fogyasztót az élelmiszer tulajdonságait - így az élelmiszer fajtáját, azonosságát, jellemzőit, összetételét, mennyiségét, eltarthatóságát, származását vagy eredetét és előállítási vagy termelési módját - illetően,
 - b) nem tulajdoníthat az élelmiszernek olyan hatást vagy tulajdonságot, amelyekkel az valójában nem rendelkezik,
 - c) nem állíthatja vagy sugallhatja, hogy az élelmiszer különleges tulajdonsággal rendelkezik, ha ugyanezekkel a tulajdonságokkal minden más hasonló élelmiszer is rendelkezik,
 - d) a természetes ásványvizekről és a különleges táplálkozási célú élelmiszerekről szóló előírásokban foglaltak figyelembevételével nem tulajdoníthat az élelmiszernek betegség megelőzésére, gyógyítására vagy kezelésére vonatkozó tulajdonságokat, illetve nem keltheti ezen tulajdonságok meglétének benyomását,
- ez a tilalom, illetve korlátozás vonatkozik továbbá
 - a) az élelmiszerek megjelenítésére, különösen az élelmiszer formájára vagy alakjára, csomagolására, valamint elhelyezésük módjára, kiállításuk kellékeire, valamint
 - b) az élelmiszerek reklámozására (3.§).

A különleges táplálkozási célú élelmiszerekről szóló 36/2004. (IV. 26.) ESzCsM rendeletet kell alkalmazni a Magyarországon forgalombahozatalra szánt azon élelmiszerekre, amelyek különleges összetételük vagy az előállításuk során alkalmazott különleges eljárás következtében megfelelnek a meghatározott táplálkozási céloknak (a továbbiakban: különleges élelmiszerek), egyértelműen megkülönböztethetők az általános közfogyasztásra készült élelmiszerektől és az erre való alkalmasságuk egyértelműen kifejezésre jut jelölésük, forgalomba hozataluk során. A rendelet 5.§-ának (1) és (3) bekezdése értelmében

- a különleges élelmiszer jelölése, megjelenítése és reklámozása során tilos a terméknek betegséget megelőző vagy gyógyító hatást tulajdonítani, illetve ilyen tulajdonságra utalni,
- ez nem zárja ki a különleges élelmiszerrel kapcsolatos információknak és ajánlásoknak kizárólag az orvostudomány, a táplálkozástudomány, valamint gyógyszerészet terén képzett szakemberek körében történő terjesztését.

Az „Update” termék csomagolásán elhelyezett „nem hizlal” közlés

21. Az „Update” termékeken elhelyezett „Norbi Update” logó a Norbi.hu Kft., illetve a Norbi Update Worldwide Zrt. tulajdonában vannak, annak használati jogáról ők rendelkeznek. Az „Update” termékek az elmúlt években csomagolásukban is változtak. Ennek része volt az Update logó megújítása is. A „nem hizlal” közlést is tartalmazó logók a Gazdasági Versenyhivatalnak tett nyilatkozatok szerint már „nem hivatalosak”, a logók változtatása minden partnernél folyamatban van. A folyamat 2006-ban kezdődött, de a változás a kereskedelmi egységekben csak 2007 őszére lett látható.

Nem ismert, hogy az elmúlt években milyen termékek csomagolásán került alkalmazásra a „nem hizlal!” közlés, s milyen módon ment végbe a csomagolások módosulása. A vizsgálat eredményeként nem vált ismertté az sem, hogy konkrétan mely, milyen mennyiségben forgalmazott termékek csomagolásán mikortól meddig szerepelt a „nem hizlal!” állítás.

IV.

Az Országos Élelmiszerbiztonsági és Táplálkozástudományi Intézet véleménye

22. A Versenytanács előtt a Vj-199/2004. (szintén „Update” készítményekkel összefüggő) eljárásból ismert az Országos Élelmiszerbiztonsági és Táplálkozástudományi Intézetnek (a továbbiakban: OÉTI) a „nem hizlal!” közléssel kapcsolatos álláspontja:

- egy termék hatása a szervezet anyagcseréjére, testtömegének alakulására nem köthető időpontokhoz, továbbá nincs tudományos bizonyíték arra, hogy az adott húskészítmények a zsírlébonban, az anyagcsere felgyorsításában, esetleg a formamegőrzésben játszanak szerepet,
- a legkorszerűbb összetételű termék is hizlal, ha abból a kívánatosnál többet fogyasztanak,
- a „nem hizlal!” kifejezés szakmailag elfogadhatatlan.

V. Az eljárásban érintett vállalkozások előadása

23. Az MG Europa Kft. előadta,

- a termék címkéjén szereplő „100%-ban természetes! 0 szénhidrát, 0 kalória!” felirat nem a Norbi.hu Kft. marketingjéhez tartozik, ez a felirat a termék eredeti címkéjének hivatalos magyar nyelvű fordítása, a címke pedig az amerikai gyártó által lett létrehozva. Az állítás kialakításában a Norbi.hu Kft. nem játszott szerepet,
- a termékben található C-vitamin és Kalcium igen csekély mennyiségben hozzáadott összetevők, de a gyártó ezek természetes eredetéről nem tájékoztatta, arról információt nem állt módjában beszerezni. A C-vitamin és a Kalcium mennyisége ugyanakkor annyira kicsi a termékben, hogy azok teljes mértékben elhanyagolhatók.

24. A Norbi.hu Kft. előadta,

- a KaFa-tex Kft. által forgalmazott termékek esetében a hirdetések tartalmát közösen készítették, a webes és a Flyerz-es anyagokat a Norbi.hu Kft. készítette,
- egyetért azzal, hogy egy élelmiszernek lehet bizonyos kedvező hatása az emberi szervezetre, azonban ez a hatás nem azonosítható az egészséget megőrző (valamely betegséget megelőző) vagy helyreállító hatással, gyógyhatással. A Norbi.hu Kft.-nek soha nem volt célja ezt a látszatot kelteni. A Flyerz magazin 2007. évi február 1-7. számában megjelent tájékoztatás, miszerint „a Norbi Update liszt tehát az egyik legnépszerűbb rákprevenciós eszköz” ilyen formában soha, senki által nem lett kijelentve,
- az interjú, amelynek keretében a fentebb említett mondat állítólag elhangzott, telefonon zajlott és az elkészült cikket átolvasás és kijavítás céljából soha nem küldte meg a Flyerz magazin a Norbi.hu Kft. részére, amint azt az újságíró becsatolt nyilatkozata is igazolja. A vitatott írás szerkesztőségi anyag volt és a Norbi.hu Kft.-nek nem volt lehetősége annak előzetes ellenőrzésére. Ez a cikk nem hirdetés, illetve reklám volt, a Norbi.hu Kft. tehát nem kapott érte semmiféle ellenértéket,
- a Norbi. hu Kft. ügyvezetője, Schobert Norbert valóban adott interjút a Flyerz magazin újságírójának. A beszélgetés témája többek között a Norbi.hu Kft. által kifejlesztett liszt volt. Schobert Norbert az említett termékkel kapcsolatban elmondta, hogy ajánlja a fogyasztását, mivel magas a rosttartalma és a rostús ételek számos betegség, többek között a daganatos megbetegedések kialakulásának megelőzésében is jelentős szerepet töltenek be. Nem állította tehát azt, hogy a liszt maga egy rákprevenciós eszköz és abban az esetben, ha valaki ezt a lisztet fogyasztja, akkor nem lesz beteg. Pusztán azt mondta, hogy a rostús táplálkozás fontos, mert a rostszegény étrend betegségek kialakulásához vezethet, ezért a rostokkal teli liszt, mint ahogyan bármely más rostús élelmiszer is, segíthet az egészség megőrzésében. A rostús étrend jótékony, daganatos megbetegedéseket megelőző hatásával számos tudományos szaklap foglalkozik, ezekből néhányat be is csatoltak. Ezek állítása szerint „ha étrendünk hosszabb távon nem tartalmaz elegendő rostot, az számos betegség kialakulásához hozzájárulhat” (Házipatika), „az élelmi (diétás) rostok jótékony élettani szerepe ismert. A rövid szénláncú zsírsavak a rostok bélbaktériumok általi fermentációjának legfontosabb végtermékei, amelyek részt vesznek a szervezet anyagcsere-folyamataiban, s ennek következtében preventív szerepük van a vastagbélrák kialakulását illetően” (Új Diéta),
- ha valóban azt kívánta volna a fogyasztók felé állítani, üzenetként közvetíteni, hogy a „Norbi Update liszt az egyik legnépszerűbb rákprevenciós eszköz”, akkor ezt minden bizonnyal széles körben tette volna meg, nem egyetlen alkalommal.

25. A Norbi.hu Kft. a „nem hizlal!” vonatkozásában érdemi nyilatkozatot nem tett.

26. A Norbi.hu Kft. a versenyfelügyeleti eljárás jogsértés hiányában történő megszüntetését kérte.

VI. A vizsgáló indítványa

27. A vizsgáló az MG Europa Kft. által forgalmazott „Just Like Sugar” termék kapcsán megállapította, a „100%-ban természetes!” felirat állítását az MG Europa Kft. nem tudta igazolni a termékhez elenyésző mennyiségben hozzáadott két alkotórész a C-vitamin és Kalcium esetében. A termék kiválasztása során a fogyasztó a termék lényeges tulajdonságaként a szénhidrát és kalória mentességet minősíti, valamint azt, hogy természetes alapanyagból cikóriából készül. A benne lévő C-vitamin és Kalcium azonban valóban olyan kis mennyiségben szerepel a termék összetevői között, hogy vélhetően a fogyasztó döntését nem befolyásolja a termék kiválasztása során.

28. A vizsgáló a Norbi.hu Kft. vonatkozásában jogsértés megállapítását és bírság kiszabását indítványozta

- a termékeken feltüntetett „1 Update 0-24h nem hizlal” felirat alkalmazása,
- a „Norbi lisztek” kapcsán tett, „a Norbi Update liszt tehát az egyik legnépszerűbb rákprevenciós eszköz” állítás

kapcsán.

VII. Jogi háttér

29. 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, 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 árjelzővel látják el, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak.

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.

A Tpv. 10.§-a rögzíti, hogy tilos a fogyasztó választási szabadságát indokolatlanul korlátozó üzleti módszerek alkalmazása. Ilyen módszernek minősül különösen, ha olyan körülményeket teremtenek, amelyek jelentősen megnehezítik az áru, illetve az ajánlat valós megítélését, más áruval vagy más ajánlattal történő tárgyszerű összehasonlítását.

A Tpv. 70.§-ának (1) bekezdés alapján a vizsgáló végzéssel vizsgálatot rendel el olyan tevékenység, magatartás vagy állapot észlelése esetén, amely a Tpv. rendelkezéseit sértheti, feltéve, hogy az eljárás a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe tartozik, és a közérdek

védelme az eljárás lefolytatását szükségessé teszi. A végzésben meg kell jelölni azokat a körülményeket és magatartásokat, amelyek miatt az eljárás megindult.

A Tpvt. 72.§-a (1) bekezdésének a) pontja szerint az eljáró versenytanács a vizsgáló jelentésének kézhezvételét követően az eljárást végzéssel megszünteti, ha a vizsgálat elrendelésére okot adó, a 70.§ (1) bekezdésében meghatározott körülmények nem állnak fenn, továbbá akkor, ha a vizsgálat során beszerzett bizonyítékok alapján nem állapítható meg törvénysértés, és az eljárás folytatásától sem várható eredmény; az eljárást megszüntető végzéssel szemben külön jogorvoslatnak van helye.

A Tpvt. 74.§-ának (2) bekezdése szerint az eljáró versenytanács a tárgyaláson (illetve tárgyaláson kívül) a 72.§ (1) bekezdésének a) pontja szerinti esetekben az eljárást végzéssel megszüntetheti.

A Tpvt. 82.§-ának (1) bekezdése leszögezi, a vizsgálónak, illetve az eljáró versenytanácsnak az eljárás során hozott végzése ellen külön jogorvoslatnak csak akkor van helye, ha azt a törvény megengedi. A jogorvoslati kérelmet az ügyfél, illetve akire nézve a végzés rendelkezést tartalmaz, a végzés közlésétől számított nyolc napon belül terjesztheti elő. A (3) bekezdés értelmében az eljáró versenytanács végzése elleni jogorvoslati kérelmet a Fővárosi Bíróság közigazgatási nemperes eljárásban bírálja el.

VIII.

A Versenytanács döntése

30. A Tpvt. a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartások tilalmazásával a gazdasági versenyt oly módon óvja, hogy nem engedi tisztességtelenül befolyásolni a fogyasztói döntés mechanizmusát. A fogyasztói döntés szabadsága hozzájárul a verseny hatásosságához. A fogyasztói döntés nem szabad, ha az információkeresési folyamatot egy vállalkozás tisztességtelenül befolyásolja. A tisztességtelen befolyásolás kihat vagy kihathat a fogyasztók azonos vagy egymást ésszerűen helyettesítő termékek közötti választásának a folyamatára, s ezáltal a verseny alakulására, ezen keresztül pedig a versenytársakra.

31. A fogyasztók felé irányuló minden (reklámként vagy más módon megnyilvánuló) tájékoztatással szemben követelmény, hogy annak alapján a fogyasztó reális képet alkothasson az adott termékről (áruról, szolgáltatásról).

Az MG Europa Kft. „Just Like Sugar” terméke

32. Az MG Europa Kft. által forgalmazott „Just Like Sugar” termék csomagolásán szereplő „100%-ban természetes!” állítás kapcsán az MG Europa Kft. a vizsgálati szakaszban nem terjesztett elő olyan dokumentumot, amely egyértelműen igazolná, hogy a két alkotórész, a C-vitamin és Kalcium teljes egészében természetes eredetű. A termék esetében az eljárásnak kizárólag ebben a kérdésben történő folytatását, további eljárási cselekmények lefolytatását és ezzel az eljárás egészének elhúzását a Versenytanács nem tartotta indokoltnak, arra is figyelemmel, hogy az MG Europa Kft. és a Norbi.hu Kft. rövid ideig fennálló együttműködése még 2006-ban megszakadt.

A Flyerz magazin 2007. évi február 1-7. számában megjelent tájékoztatás

33. A Flyerz magazin 2007. február 1-7-i számában megjelentett tájékoztatás egyebek között azt állította, hogy „a Norbi Update liszt tehát az egyik legnépszerűbb rákprevenciós eszköz.”

34. A tájékoztatás elkészültével és közzétételével kapcsolatban a Versenytanácsnak ellentmondó adatok, nyilatkozatok álltak rendelkezésre. A tényállás tisztázásához további eljárási cselekményeknek a törvény szerinti elintézési határidő jelentős túllépését eredményező elvégzésére lett volna szükség, azzal, a Versenytanács nem látta valószínűsíthetőnek ennek eredményességét a kizárólag egy alkalommal megjelent tájékoztatás kapcsán.

Az „Update” életmódrendszer részét képező termékeken feltüntetett „1 Update 0-24 h nem hizlal” jelölés

35. A versenyfelügyeleti eljárás során beszerzett nyilatkozatból ismert, hogy az elmúlt években megváltozott az „Update” termékek csomagolásán elhelyezett logó, azokról lekerült a korábban alkalmazott „nem hizlal!” közlés. Ebből megállapíthatóan egyes „Update” termékek csomagolásán kétségtelenül szerepelt a „nem hizlal!” közlés, amely az OÉTI-nek a Vj-199/2004. számú ügyben ismertetett véleményéből megállapíthatóan szakmailag elfogadhatatlan. Ennek ellenére a Versenytanács a jelen eljárásban nem tudta ezzel kapcsolatban megállapítani a Norbi.hu Kft. versenyjogi felelősségét, mivel a Versenytanács előtt a vizsgálat által elért adatokból nem ismert, hogy

- az elmúlt években konkrétan mely termékek csomagolásán, mikortól került alkalmazásra a „nem hizlal!” közlés,
- az egyes termékek csomagolása pontosan mikor változott meg,
- a termékek csomagolása tartalmának meghatározásában a Norbi.hu Kft.-nek és az adott termék forgalmazójának milyen szerepe volt,
- a „nem hizlal!” közlés milyen fogyasztói kör döntésnek befolyásolására alkalmas, tekintettel arra is, hogy az elmúlt években az „Update” rendszer egyre ismertebb lett.

E vonatkozásban további eljárási cselekmények lefolytatásának lenne helye, ugyanakkor a Versenytanács ezek lefolytatását – a Tpv. által megszabott eljárási határidőre is tekintettel – nem tartotta szükségesnek, figyelemmel arra is, hogy

- a jelen eljárásban konkrétan érintett termékek csomagolásán a „nem hizlal!” közlés nem került elhelyezésre,
- a „nem hizlal!” közlést is tartalmazó logók a Norbi.hu Kft. nyilatkozata szerint az elmúlt időszakban folyamatosan módosításra kerültek valamennyi termék esetében.

A Versenytanács döntése

36. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács a versenyfelügyeleti eljárást

- az MG Europa Kft. által forgalmazott „Just Like Sugar” termék csomagolásán szereplő „100%-ban természetes!” állítás és
- a Norbi.hu Kft. esetében az „Update” termékek csomagolásán elhelyezett „nem hizlal!” közlés és a Flyerz magazin 2007. február 1-7-i számában a „Norbi Update lisztkeverék” kapcsán megjelent tájékoztatás

vonatkozásában a Tpv. 77.§-a (1) bekezdésének a) pontja alapján [a Tpv. 74.§-a (2) bekezdésének megfelelően eljárva] megszüntette.

37. A Versenytanács a versenyfelügyeleti eljárással érintett egyéb magatartásokkal kapcsolatban határozatban döntött.

IX. Egyebek

38. A Gazdasági Versenyhivatal hatásköre a Tpv. 45.§-án, illetékessége a Tpv. 46.§-án alapul. E rendelkezések értelmében a Gazdasági Versenyhivatal kizárólagos hatáskörrel rendelkezik minden olyan versenyfelügyeleti ügyben, amely nem tartozik bíróság (86.§) hatáskörébe, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.

39. A végzés elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 82.§-a biztosítja.

Budapest, 2008. január 10.