



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj-87/2007/035.

Ikt.sz: Vj-87/2007/44.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a **Direct Best Sellers s.r.o.** (Bratislava) és a **DBS Magyarország Kereskedelmi Kft.** (Győr) eljárás alá vont vállalkozások ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása tárgyában indult eljárásban nyilvános tárgyaláson meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t.

A Versenytanács megállapítja, hogy a Direct Best Sellers s.r.o. és a DBS Magyarország Kereskedelmi Kft. 2006 januárjától a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított, mikor az általuk forgalmazott testsúlycsökkentő tabletták, valamint férfi potencia javító hatásáról valótlan tájékoztatásokat tett közzé.

A Versenytanács a határozat kézhezvételétől számítottan megtiltja, hogy e magatartást eljárás alá vont vállalkozások a továbbiakban folytassák.

A Versenytanács a Direct Best Sellers s.r.o-t 7.000.000 (azaz hétmillió) Ft, a DBS Magyarország Kereskedelmi Kft-t pedig 31.000.000. (azaz harmincegymillió) Ft bírság megfizetésére kötelezi, melyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557 számú bírságbevételi számla javára kötelesek befizetni.

A Versenytanács egyetemlegesen kötelezi eljárás alá vont vállalkozásokat, hogy a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül gondoskodjanak a www.fogyinfo.hu honlapjukon, illetve ugyanazokban a lapokban és ugyanolyan terjedelemben, amelyekben jogsértő hirdetéseik is megjelentek, laponként egy alkalommal a következő tájékoztatás közzétételéről, anélkül, hogy ahhoz megjegyzést, észrevételt fűznének:

„A Direct Best Sellers s.r.o. és a DBS Magyarország Kereskedelmi Kft. tájékoztatja az olvasót, hogy a Gazdasági Versenyhivatal előtt lefolytatott Vj-87/2007. sz. eljárásban nem tudta hitelt érdemlően bizonyítani **Absolute, Equiba, Herbachrom, Lipotrex, Redox, Removyl, Spirula, Zactival; Figur Bella** termékei kapcsán reklámjaiban ígért testsúlycsökkentő, illetve potencianövelő hatást.

A GVH Versenytanácsa a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást megállapítva összesen 38 millió Ft bírságot szabott ki.”

A határozat felülvizsgálatát az ügyfelek a kézhezvételétől számított 30 napon belül kérhetik a Fővárosi Bírósághoz címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtandó keresettel.

I n d o k o l á s

I.

Az eljárás tárgya

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló többször módosított 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 67. § (1) bekezdése, valamint a 70. § (1) bekezdése alapján 2007. május 14-én versenyfelügyeleti eljárást indított a Direct Best Sellers s.r.o. és a DBS Magyarország Kereskedelmi Kft. ellen. A GVH tudomására jutott ugyanis, hogy az eljárás alá vont vállalkozások az általuk forgalmazott, az alábbiakban felsorolt kapszulákról, tablettákról, illetve kúráról több, vélelmezhetően szakmailag nem kellően megalapozott, a készítmények illetve a kúra hatására utaló állítást szerepeltetnek. A vizsgálat kiterjedt az eljárás alá vont vállalkozások alábbiakban felsorolt termékeivel kapcsolatos teljes kommunikációs tevékenységére.
2. Az eljárásban érintett kapszulák és tabletták a következők:
 - „Absolute”;
 - „Equiba”;
 - „Herbachrom”;
 - „Lipotrex”;
 - „Redox”;
 - „Removyl”;
 - „Spirula”;
 - „Zactival”; valamint
 - a „Figur Bella” kúra.

II.

Az eljárás alá vont vállalkozások

3. A **DBS Magyarország Kereskedelmi Kft.** 2005. szeptember 28-i megalakulásától 2006. május 9-ig különböző étrend-kiegészítők és kozmetikai termékek forgalmazásával, illetve népszerűsítésével foglalkozott. Közvetlen értékesítési tevékenységének megszüntetése óta csomagküldő vállalkozások megbízásai alapján, azok ügyfeleinek megrendeléseit fogadja, illetve továbbítja az érintett vállalkozások felé. Emellett postai küldemények feladását és fogadását is végzi.
4. A Társaság adatszolgáltatása alapján az eljárásban érintett „Equiba”, „Herbachrom”, „Lipotrex”, „Redox”, „Spirula” és „Zactival” megnevezésű kapszulák illetve tabletták, továbbá a „Figur Bella” kúra termékeinek magyarországi közvetlen

értékesítését nem végezte a cég. Tehát csak az „Absolute” és „Removyl” termékek kerültek hazánkban közvetlen értékesítésre.

5. Az eljárásban érintett termékek közül a vállalkozásnak
 - az „Absolute” étrend-kiegészítő kapszula 2006. január és május közötti magyarországi értékesítéséből 70 millió forint árbevétele származott;
 - a „Removyl” étrend-kiegészítő tabletták értékesítéséből származó árbevétele pedig több mint 241 millió forint volt. Ezt a terméket 2005 novembere és 2006 júniusa között forgalmazta az eljárás alá vont.
6. A **Direct Best Sellers s.r.o.** 2004. július 27-i alapítása óta -a cégmásolata szerint- árucikkek közvetlen fogyasztók, illetve más vállalkozások részére történő értékesítésével, közvetítói, reklám- és propaganda tevékenységgel, valamint távértékesítéssel (csomagküldő szolgálat) foglalkozik. Főtevékenysége étrend-kiegészítők és kozmetikai termékek csomagküldő szolgálati forgalmazása. A termékekről potenciális vásárlóit újsághirdetések és szórólapok megjelentetésével tájékoztatja.
7. Az eljárásban érintett termékek 2006. évi és 2007. január 1. és április 30. közötti értékesítéséből a Direct Best Sellers s.r.o. adatszolgáltatása szerint, a vállalkozásnak 318 millió forint árbevétele származott.

III.

A vizsgált magatartás

8. A versenyfelügyeleti eljárásban érintett tablettákat, kapszulákat népszerűsítő fizetett hirdetések nagy példányszámú országos terjesztésű magazinokban jelentek meg, továbbá a www.fogyi.info honlapon és egyéb marketing módszereken keresztül a vásárlók széles köre tájékoztatást kaptak a készítményekről. A termékek az ország bármely területéről, közvetlenül megrendelhetők telefonon, sms-ben és a www.fogyi.info honlapon keresztül. A DBS Magyarország Kft a beérkező megrendeléseket postai úton (csomagküldés igénybevételével) teljesíti.
9. Az „Absolute”, „Removyl” és „Zactival” tekintetében a Vj-115/2006-os versenyfelügyeleti eljárás már megállapított jogsértést a *Blikk Nők* magazinban, a *Blikk TV* műsorújságban, a *Fanny* magazinban, az *Epizód TV* magazinban és a *TVR* műsorújságban 2006. januártól 2006. szeptemberig megjelent hirdetések miatt.

Újságokban megjelentetett fizetett hirdetések

10. A Direct Best Sellers s.r.o. rendelte meg az írott sajtóban megjelent hirdetéseket az eljárásban érintett étrend-kiegészítő készítmények népszerűsítése érdekében. A 2006. január és 2007. szeptember között közzétett fizetett hirdetések elsősorban hölgyek által olvasott nagy példányszámú országos terjesztésű heti lapokban, műsorújságokban és magazinokban jelentek meg egész oldalas terjedelemben.
11. A fizetett hirdetésekben egy-egy vásárló tapasztalatain keresztül, esetenként a szövegbe ágyazva szerepelnek az eljárásban érintett állítások.

12. Az eljárásban érintett termékek közül nem jelent meg fizetett hirdetés a férfiak számára ajánlott „Spirula” étrend-kiegészítő kapszuláról és a „Figur Bella” kúra termékeiről.

13. „Absolute” kapszula:

Az étrend-kiegészítő kapszula népszerűsítése érdekében színes keretes fizetett hirdetés az írott sajtóban 2006. január-november között 35 alkalommal jelent meg.

A kiadvány megnevezése	Példányszáma	Megjelenések száma
TVR műsorújság	160.000	3 alkalommal
Blikk Nők	350.000	11 alkalommal
Blikk TV műsorújság	300.000	13 alkalommal
Fanny magazin	160.000	2 alkalommal
Epizód tévémagazin	190.000	5 alkalommal
Telehold műsormagazin	80.000	1 alkalommal

A termékre vonatkozó, eljárásban érintett állítások a következők:

- „...a naponta beszedett egy kapszulának köszönhetően hetente 5-7 kilót fogyhat”
- „Abszolút újdonság”
- „Nem számít, hány éves, milyen nemű, milyen az étvágya, mennyire aktív fizikailag. Az ABSOLUTE készítménnyel nagyon gyorsan eléri ideális testsúlyát.”
- „Ha eléri ideális testsúlyát, elég, ha időről időre vesz egy ABSOLUTE minikúrát, és örökre karcsú marad!”

14. „Equiba” tabletta:

Az étrend-kiegészítő tabletta népszerűsítése érdekében színes keretes fizetett hirdetés az írott sajtóban 2006. november- 2007. április között 29 alkalommal jelent meg.

A kiadvány megnevezése	Példányszáma	Megjelenések száma
TVR műsorújság	160.000	5 alkalommal
Blikk Nők	350.000	4 alkalommal
Blikk TV műsorújság	300.000	5 alkalommal
Fanny magazin	160.000	8 alkalommal
Epizód tévémagazin	190.000	3 alkalommal
Hölgyvilág	110.000	1 alkalommal
Kiskegyed	220.000	2 alkalommal
Kiskegyed Konyhája	70.000	1 alkalommal

A termékre vonatkozó, eljárásban érintett állítások a következők:

- „Csupán 4 tableta és 12 kilót fogy...másra nincs szüksége”
- „Ha ötnaponként bevesz egyet, biztosan fogy 3 kilót.”
- „Már 8 óra múlva, méredzkedés közben tapasztalhatja a hatást: több mint 800 grammot fogyott!”
- „Így húsz nap alatt 12 kilót fogyhatunk, nyolcat garantáltan.”

15. „Herbachrom” tableta

Az étrend-kiegészítő tableta népszerűsítése érdekében színes keretes fizetett hirdetés az írott sajtóban 2006. október és 2007. április között 17 alkalommal jelent meg.

A kiadvány megnevezése	Példányszáma	Megjelenések száma
TVR műsorújság	160.000	2 alkalommal
Blikk Nők	350.000	3 alkalommal
Blikk TV műsorújság	300.000	3 alkalommal
Fanny magazin	160.000	3 alkalommal
Epizód tévémagazin	190.000	4 alkalommal
Hölgyvilág	110.000	2 alkalommal

A termékre vonatkozó, eljárásban érintett állítások a következők:

- „új találmány”
- „Már az első három nap alatt 3 kilót fogytam! ...mindezek mellett a szokásos módon etkeztem”
- „10 kilót fogytam le mindössze néhány nap alatt”

16. „Lipotrex” kapszula:

Az étrend-kiegészítő kapszula népszerűsítése érdekében színes keretes fizetett hirdetés az írott sajtóban 2007. január-szeptember között 31 alkalommal jelent meg.

A kiadvány megnevezése	Példányszáma	Megjelenések száma
TVR műsorújság	130.000	6 alkalommal
Tina magazin	80.000	4 alkalommal
Blikk Nők	350.000	5 alkalommal
Blikk TV műsorújság	300.000	5 alkalommal
Fanny magazin	160.000	6 alkalommal

Epizód tévémagazin	190.000	3 alkalommal
Hölgyvilág	110.000	1 alkalommal
Kisgyegyed Horoszkóp	80.000	1 alkalommal

A termékre vonatkozó, eljárásban érintett állítások a következők:

- „24 óra múlva már 2 kilóval kevesebbet nyomtam!”
- „forradalmian új fogyókúra szer, amelyet az orvos ajánlott”
- „semlegesíti a méreganyagokat, és támadja a zsírtartalékunkat (cellulitisz)”
- „serkenti az anyagcserét, hogy szünet nélkül égesse a szervezetben felhalmozódott zsírokat”
- „S az egészben az a legjobb, hogy a mellem nem fogyott le.”
- „Természetes módon fogy le, és bármit ehetsz, amit csak akarsz.”

17. „Redox” tabletta

Az étrend-kiegészítő tabletta népszerűsítése érdekében színes keretes fizetett hirdetés az írott sajtóban 2006. október- 2007. április között 27 alkalommal jelent meg.

A kiadvány megnevezése	Példányszáma	Megjelenések száma
TVR műsorújság	160.000	5 alkalommal
Blikk Nők	350.000	6 alkalommal
Blikk TV műsorújság	300.000	5 alkalommal
Fanny magazin	160.000	4 alkalommal
Tina magazin	80.000	3 alkalommal
Epizód tévémagazin	190.000	2 alkalommal
Hölgyvilág	110.000	1 alkalommal
Blikk Egészség magazin	110.000	1 alkalommal

A termékre vonatkozó, eljárásban érintett állítások a következők:

- „A legjobb kúra, amelynek segítségével 7 nap alatt akár 5 kilót fogyhat”
- „különleges étrend-kiegészítő”
- „...megszabadítja felesleges zsírpárnáitól, megtisztítja a szervezetét”
- „...amelyet egy gyógyszerész ismerőse ajánlott a súlyproblémái megoldására.”
- „...nincsen olyan ok, amely miatt ne volna ugyanolyan hatásos az Ön esetében is.”

18. „Removyl” tabletta:

Az étrend-kiegészítő tabletta népszerűsítése érdekében színes keretes fizetett hirdetés az írott sajtóban 2006. január-december között 30 alkalommal jelent meg.

A kiadvány megnevezése	Példányszáma	Megjelenések száma
TVR műsorújság	160.000	4 alkalommal
Blikk Nők	350.000	12 alkalommal
Blikk TV műsorújság	300.000	9 alkalommal
Fanny magazin	160.000	3 alkalommal
Epizód tévémagazin	190.000	1 alkalommal
Telehold műsormagazin	80.000	1 alkalommal

A termékre vonatkozó, eljárásban érintett állítások a következők:

- „20 nap alatt 17 kilót fogytam, és eközben mindent ettem, amit szerettem!”
- „Már 8 óra múlva megállapíthatja, hogy legalább 400 grammal könnyebb lett.”
- „Ezután már nem fog hízni, mivel súlya állandósul.”

19. „Zactival” tabletta:

Az étrend-kiegészítő tabletta népszerűsítése érdekében színes keretes fizetett hirdetés az írott sajtóban 2006. június-november között 24 alkalommal jelent meg.

A kiadvány megnevezése	Példányszáma	Megjelenések száma
TVR műsorújság	160.000	5 alkalommal
Blikk Nők	350.000	6 alkalommal
Blikk TV műsorújság	300.000	5 alkalommal
Fanny magazin	160.000	4 alkalommal
Epizód tévémagazin	190.000	3 alkalommal
Hölgyvilág	110.000	1 alkalommal

A termékre vonatkozó, eljárásban érintett állítások a következők:

- „Minden elfogyasztott Zactival tablettától 1 kg-mal kevesebbet mutat a mérleg!”
- „A laboratóriumi kísérletek történetében hasonló szert még nem sikerült előállítani.”

A www.fogyi.info honlap

20. A „Termékek” menüpontban a Direct Best Sellers s.r.o. által, a DBS Magyarország Kft. közreműködésével, Magyarországon forgalmazott készítmények fényképe és egymondatos rövid tájékoztatója látható. Ebben a menüpontban választhatják ki a vásárlók, hogy mely készítményt, és abból melyik kúrát (normál, intenzív,

„superintenzív” vagy radikális) kívánják megrendelni. Az egyes készítmények rövid ismertetője mellett a „Többet a termékről” feliratra kattintva érhető el az adott termék hatásának, összetételének és alkalmazásának részletes ismertetése. A „Redox” tabletta az egyetlen az eljárás alá vont termékek közül, amely nem szerepel a honlapon. E menüpontban található a versenyfelületeleti eljárásban kifogásolt állítások.

21. „Absolute” kapszula:

- „A táplálék-kiegészítő természetes (növényi) alapon gyártott szer, a testsúly pozitív szabályozására való.”
- „Teljes mértékű, gyors, biztonságos és radikális megoldást kínál.”
- „Egyszerű módon lehetővé teszi a felgyülemlett zsír eltávolítását a testből.”
- „...szó szerint feloldja a zsírokat és kimossa őket a testből”
- „...hosszú távú és stabil hatása van, jójó-effektus nélkül”

22. „Equiba” tabletta:

- „...azonnal eltávolítja a test perem részeiről a lerakódott zsírokat (has, csípő, comb, fenék...)”
- „Az „Equiba”-ban lévő anyagok csúsznak a szövetek falán és eltávolítják az ott található zsírokat.”
- „Gátolják az új zsírok lerakódását és felhalmozódását...”

23. „Herbachrom” tabletta:

- „...pozitívan hat a testsúly szabályozására”
- „a zsálya, menta és rozmarying összetevők antiszeptikus, aromatikus és tonizáló hatással van az emésztőrendszerre”

24. „Lipotrex” kapszula:

- „A Lipotrex kúra hatásának következtében az anyagcsere folytán az étel nem átalakul át zsírokká, hanem egyszerűen megszabadítja a szervezetet mindentől, amire nincs szüksége.”
- „...100 % növényi eredetű készítmény”
- „Természetes módon fogy le és ehét mindent, amit megkíván”

25. „Removyl” tabletta:

- „Pozitív testsúlyszabályozó természetes (növényi) alapú táplálék-kiegészítő szer.”
- „Összetételének köszönhetően nagyon gyorsan lefogyhat.”
- „Az esszencia olajokból készült koncentrátum a problematikus zónák belső falán úgynevezett olajréteget hoz létre, amely megakadályozza a zsírok lerakódását”
- „...intenzíven elősegíti a zsírok lebomlását, elősegíti az emésztést és a kiválasztási folyamatokat, valamint megakadályozza a belek gázosodását.”

26. „Spirula” kapszula férfiaknak:

- „A szer élénkíti a vérellátást, a hosszantartó és kiadós szexet.”
- „Intenzív, spontán és hosszabban tartó szexet biztosít.”

- „...potencianövelés, szilárdabb és hosszabb erekció, jobb és gyakoribb szex.”
- „Dr. Valerio Borgese-Miroso ajánlotta a SPIRULÁT.”

27. „Zactival” tableta:

- „A táplálék-kiegészítő természetes (növényi) alapon gyártott szer, a testsúly pozitív szabályozására való.”
- „...az első testsúlycsökkentő készítmény, mely lehetővé teszi, hogy pontosan annyi kilót fogyjon, amennyit előre elhatároz –se többet, se kevesebbet. Ez érthető, mert 1 tableta 1 kg-nak felel meg, amit lefogyhat.”

28. „Figur Bella” kúra:

- „...segítségével szabaduljanak meg a felesleges centimétereiktől ott, ahol valóban szükséges”
- „A kúra narancsbőr elleni „Figur Gél” zselét tartalmaz, melynek melegítő hatása van és javítja a vér mikrokeringését a szövetekben, valamint a gyógynövény „Herba” teát, mely visszaadja a bőr rugalmasságát és feszségét.”

Egyéb promóciós anyagok

29. Az eljárás alá vont vállalkozások az eljárásban érintett készítményeket a fizetett hirdetésekben és a www.fogyi.info honlapon kívül sms-ben küldött ajánlatokkal, kedvezményes utánrendelésekkel, értéknövelő eladásokkal, levélben névre küldött ajánlatokkal és postaládákba bedobott tájékoztató anyagokkal is népszerűsítették.

30. A Direct Best Sellers s.r.o. és a DBS Magyarország Kereskedelmi Kft. az érintett reklámanyagokból egyedül a „Spirula” férfiak száma ajánlott étrend-kiegészítő esetében küldött be mintapéldányt a levélben névre küldött ajánlatokból és postaládába bedobott tájékoztatókból.

31. „Spirula” kapszula férfiaknak:

- „Bizonyára hallott már az „ITALIAN LOVER ” potencia híreről...Ilyen teljesítmények titka is a SPIRULA.”
- „A Spirulának köszönhetően Önből mindössze 10 napon belül olasz szerető válik!”
- „Nincs jelentősége annak, hogy Ön hány éves, milyen a jelenlegi testi kondíciója, milyen a munkahelyi, vagy magánélete, vagy milyen régóta szenved potenciazavarokkal.”

IV.

Az Országos Gyógyszerészeti Intézet szakmai állásfoglalása

32. Az eljárás alá vont vállalkozások nem kérelmezték az Országos Gyógyszerészeti Intézetnél (a továbbiakban: OGYI) a gyógyszerként, illetve gyógyszernek nem minősülő gyógyhatású készítményként történő forgalombahozatali engedélyezést az eljárásban érintett termékek egyikének esetében sem.

33. Az eljárásban érintett termékek a közölt állítások alapján, indikációjukat tekintve fogyasztószerek, illetve a „Spirula” potencianövelőszer, tehát a gyógyszerek kategóriájába tartoznának.
34. Bár a készítmények összetételére, hatásosságára, biztonságosságára vonatkozó dokumentumok nem állnak az OGYI rendelkezésére, megállapítható, hogy a reklámok eljárásban érintett állításai túlmutatnak azokon a kedvező élettani hatásokon, amelyek egy étrend-kiegészítő kategóriába tartozó terméktől elvárhatók.
35. Az OGYI szakmai véleményét az alábbiakban összegezte:

„A testsúly megőrzésével, helyreállításával kapcsolatos készítmények, valamint a potencianövelő szerek bizalmi termékeknek tekinthetők, ezért a fogyasztók fokozottabb kiszolgáltatottsága miatt, ezen a területen igen nagy jelentősége van a tényszerű, túlzásokat nélkülöző, valós, ténylegesen bizonyított állításokat tartalmazó tájékoztatásnak. A széles fogyasztói kör megtévesztésén túl, súlyos egészségügyi kockázatai is lehetnek a készítmények orvosi kontroll nélkül történő alkalmazásának.”

V.

A vizsgálati jelentés

36. A vizsgálat indítványozta, hogy a Versenytanács a fizetett hirdetések és a www.fogyi.info honlapon megjelent tájékoztatások vonatkozásában a Tptv. 8. § (2) bekezdésének a) és b) pontjában megfogalmazott tilalmak megsértését állapítsa meg, valamint a Direct Best Sellers s.r.o. és a DBS Magyarország Kereskedelmi Kft. elmarasztalását tartalmazó határozatot hozzon; továbbá a vállalkozásokat tiltsa el a jogsértő magatartás további folytatásától. A vizsgálat a jogsértés súlyára és a magatartás felrúthatóságára tekintettel bírság kiszabását is indokoltnak találta.

VI.

Az eljárás alá vontak álláspontja

37. Az eljárás alá vont vállalkozások, valamint azok jogi képviselője a vizsgálat során nem terjesztettek elő védekezést.
38. A Versenytanács előzetes álláspontjára reagálva a 2007. október 11-én tartott versenytanácsi tárgyaláson az alábbi kötelezettségvállalást terjesztették elő, kérve az eljárás megszüntetését:
39. „Kötelezettséget vállalunk arra, hogy az eljárással érintett alábbi termékek magyarországi forgalmazását és reklámozását 2007. nov. 1. napjával megszüntetjük:
40. „Absolute”, „Equiba”, „Herbachrom”, „Lipotrex”, „Redox”, „Removyl”, „Spirula”, „Zactical” és „Figur Bella”.”

VII. Jogi háttér

41. A Tpvt. 1. § (1) bekezdése alapján a törvény hatálya kiterjed a természetes és a jogi személynek, valamint a jogi személyiség nélküli gazdasági társaságnak a Magyar Köztársaság területén tanúsított piaci magatartására, kivéve, ha törvény eltérően rendelkezik.
42. A Tpvt. 8. § (1) bekezdése értelmében tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. A (2) bekezdés alapján a fogyasztók megtévesztésének minősül különösen, ha
- a) az áru ára, lényeges tulajdonsága – így különösen az egészségre és a környezetre gyakorolt hatása, valamint kezelése, továbbá az áru eredete, származási helye, beszerzési forrása vagy módja – tekintetében valótlan tényt vagy valós tényt megtévesztésre alkalmas módon állítanak, az árut megtévesztésre alkalmas árujelzővel látják el, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak;
43. A Tpvt. 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.
44. A Tpvt. 10. §-a szerint 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.
45. A Tpvt. 75. §-a rendelkezik a kötelezettségvállalásról. Az (1) bekezdés 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.
46. Az eljáró versenytanács a Tpvt. 77. § (1) bekezdésének d) pontja alapján határozatában megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését, az f) pont alapján megtilthatja a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását, a h) pontnak megfelelően pedig elrendelheti a megtévesztésre alkalmas tájékoztatással kapcsolatban helyreigazító nyilatkozat közzétételét.
47. A Tpvt. 78. § (1) bekezdése alapján az eljáró versenytanács bírságot szabhat ki azzal szemben, aki e törvény rendelkezéseit megsérti. A bírság összege legfeljebb a vállalkozás a jogsértést megállapító határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet.
48. A Tpvt. 78. § (3) bekezdése értelmében 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 veszélyeztettségének foka, a fogyasztói érdekek sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

VIII.

A Versenytanács döntése

49. A Tptv. III. fejezete a gazdasági versenyt oly módon óvja, hogy nem engedi tisztességtelenül befolyásolni a fogyasztói döntés mechanizmusát. A tisztességtelen befolyásolás kihat vagy kihathat a fogyasztók a versenytársak, illetve az azonos vagy egymást ésszerűen helyettesítő termékek közötti választásának a folyamatára, ezáltal a gazdasági verseny alakulására.
50. A versenyjogi gyakorlat szerint általános követelményként fogalmazódik meg, hogy a nyereség és vagyonszerzés céljából gazdasági tevékenységet folytató vállalkozásnak magáról vagy az általa forgalmazott termékek lényeges tulajdonságairól adott, fogyasztóknak szóló tájékoztatása igaz és pontos legyen.
51. Jelen esetben a fenti kritérium több indokból is hangsúlyosabban érvényesül. A Vj-172/2001. számú határozatában a Versenytanács ugyanis elvi jelentőséggel kimondta, hogy az emberi egészséggel összefüggésben kifejtett reklámtevékenység, illetve ezzel kapcsolatban adott tájékoztatás esetén különös jelentőséggel bír, hogy az abban foglalt információ valós, azaz megfelelően bizonyított legyen.
52. A jelen eljárásban érintett étrend-kiegészítők bizalmi termékeknek minősülnek, hiszen azok testsúlycsökkentő, illetve potencianövelő hatásáról a fogyasztók csak a beszédet követően – vagy esetleg akkor sem – tudnak meggyőződni, az esetleges mellékhatások is csak később jelentkezhetnek. Így a tudományos megalapozottságú, tényeken alapuló pontos tájékoztatás különösen fontos e területen.
53. Kiemelendő, hogy jelen eljárásban érintett termékek csak postai utánrendeléssel voltak megvásárolhatók, így a fogyasztók kizárólag az újsághirdetésekből, illetve a honlapon szereplő tájékoztatás alapján voltak kénytelenek döntésüket meghozni; más információforrásra nem támaszkodhattak.
54. A joggyakorlat szerint a fogyasztókhöz eljuttatott információk valóságtartalmát minden esetben azok közreadójának kell igazolnia¹. Az eljárás alá vont vállalkozások azonban a vizsgálat során nem szolgáltatottak olyan dokumentációt, amely alkalmas lett volna a kifogásolt állítások megalapozottságának igazolására.
55. Ennek következtében, továbbá a vizsgálat során egyéb forrásból beszerzett bizonyítékok alapján belátható, hogy a promóciós anyagokban szereplő kifogásolt állítások eltúloztak és tudományos bizonyítékokkal nem támaszthatók alá. Az Országos Gyógyszerészeti Intézet szakmai állásfoglalása is igazolta, hogy az állítások túlmutatnak azokon a hatásokon, amelyeket egy élelmiszer-kiegészítő kategóriába tartozó termék kiváltani képes.
56. Ebből következően a Versenytanács megállapította, hogy eljárás alá vont vállalkozások a fogyasztók megtévesztésére alkalmas, a Tptv. 8. § (1) bekezdésének a) pontjába ütköző magatartást tanúsítottak. Szankcióként a Versenytanács – a határozat kézhezvételétől - megtiltja a jogsértő magatartás folytatását. Ezenkívül helyreigazító nyilatkozat közzétételére is kötelezi eljárás alá vontakat, amelyet a jogsértő hirdetések

¹ Fővárosi Bíróság Vj-93/1999. számú ügyben hozott 2.K. 41.342/1999/3. és a Vj-49/2001. számú ügyben hozott 3.K. 31.893/2001/7. számú ítélete.

közzétételéhez használt 1/1 terjedelemben, a határozat indokolásában megnevezett lapokban kell megjelentetni a határozat rendelkező részében foglalt szöveggel. A hirdetések megjelentetéséhez szükséges megrendelést kell a címzettek bármelyikének a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a lap kiadójánál leadnia, azzal, hogy a hirdetés a legközelebbi lapszámban jelenjen meg.

57. A Versenytanács bírság kiszabását is indokoltnak találta. Tekintettel azonban arra, hogy az „Absolute”, „Removyl” és „Zactival” tabletták kapcsán a Blikk Nők magazinban, a Blikk TV műsorújságban, a Fanny magazinban, az Epizód TV magazinban és a TVR műsorújságban megjelent hirdetések tárgyában Vj-115/2006-os számon már lefolytatott versenyfelügyeleti eljárást, így jelen eljárásban a Versenytanács a bírság kiszabásánál az említett három termék vonatkozásában a fenti újságokat nem vette figyelembe sem a két eljárás közötti átfedéssel érintett időszak, sem az azt követő hónapok tekintetében. A Versenytanács álláspontja szerint mindez a korábbi eljárás végrehajtásához kapcsolódó tárgykörnek minősül.
58. A nyomtatott sajtóban megjelent fizetett hirdetések értékelése azonban mégis tárgya a jelen eljárásnak az előző eljárásban már vizsgált három termék vonatkozásában, mivel a Vj-115/2006-os versenyfelügyeleti eljárás nem terjedt ki az „Absolute” és a „Removyl” tekintetében a Telehold újságra, illetve a „Zactival” tekintetében a Hölgyvilág magazinban megjelent hirdetésekre.
59. Eljárás alá vontak internetes honlapot is létrehoztak, melyen a nyomtatott sajtóban megjelent jogsértő hirdetésekhez hasonló, fogyasztók megtévesztésére alkalmas állításokat szerepeltettek. Megjegyzendő, hogy eljárás alá vontak nem közöltek az eljárás folyamán információt arról, hogy honlapjuk mikortól érhető el a nagyközönség számára. Annyi azonban megállapítható, hogy a kérdéses időpont minden valószínűség szerint a korábban vizsgált időszak utánra, tehát 2006 szeptembere utánra tehető. Így az előző versenyfelügyeleti eljárás nem terjedt, nem is terjedhetett ki a honlapon szereplő közlések vizsgálatára. Ebből következően, jelen eljárásban a honlapon megjelent tájékoztatás jogsértő mivoltát a Versenytanács az összes eljárásban érintett termék vonatkozásában értékelte.
60. Eljárás alá vontak az előzetes álláspont kézhezvételét követően jelezték, hogy a Tpvt. 75. §-a alapján a tárgyaláson kötelezettségvállalást kívánnak előterjeszteni. Vállalták, hogy az eljárás megszüntetése érdekében 2007. november 1-jétől az összes eljárásban érintett termék vonatkozásában megszüntetik a magyarországi forgalmazást és reklámozást. A Versenytanács azonban nem fogadta el eljárás alá vontak kötelezettségvállalását, mivel egyrészt – a következő pontban részletezettek miatt – nem teljesült volna a Tpvt. 75. §-ban foglalt feltétel, miszerint „a közérdek hatékony védelme e módon biztosítható”. Másrészt azon a véleményen volt, hogy a kötelezettségvállalás egyik része, vagyis a reklámozás – legalábbis a jogsértő tartalommal való reklámozás – megszüntetése a jogsértő magatartástól való eltiltás szankció végrehajtásaként ugyanúgy teljesül.
61. A Tpvt. III. fejezetében foglalt tilalmak megsértése már a jogsértő tájékoztatás közreadásával megvalósul, így az elkövetett jogsértés nem orvosolható csupán azzal, hogy a jövőben megszüntetik a termékek magyarországi forgalmazását és reklámozását, hiszen 2007. november 1-jéig – a megszüntetés ajánlott időpontjáig – már számos fogyasztót tévesztettek meg a reklámokban közétett alaptalan ígéretek, minek következtében megvásárolták az ígért hatások kiváltására nem képes termékeket.
62. A Tpvt. 78. § (3) bekezdése alapján a bírság összegét az eset összes körülményeire tekintettel kell meghatározni. A törvényi szempontok alapján a Versenytanács

figyelembe vette, hogy az érintett termékek bizalmi jellegűek, valamint egészségre, közérzetre kedvező hatásúak, így fokozott a forgalmazó felelőssége a tekintetben, hogy az általa a termékről közölt információk valósak, és tudományos tényeken alapulók legyenek.

63. A bíróság kiszabásánál értékelte a Versenytanács azt is, hogy a reklámokkal megcélzott, és így a megtévesztésben érintett fogyasztói csoport az átlagnál sérülékenyebb és kiszolgáltatottabb, mivel vagy testsúlyproblémával, vagy potenciázavarokkal küzd, amelyhez még a testi panaszok miatt kialakult lelki problémák is társulnak. Az ilyen fogyasztók elkeseredettségüknél fogva hiszékenyebbek, és fogékonyabbak a túlzó ígéretekkel tartalmazó reklámokra, mert szeretnék hinni a kérdéses szerekben. Céljuk elérése érdekében anyagi erejüket meghaladó kiadásokra is hajlandók. Az ilyen fogyasztói csoportot megcélzó reklámok esetében még nagyobb súllyal esnek a latba a minden valós alapot nélkülöző, kézzelfogható eredményt ígérő állítások.
64. Értékelte a bíróság kiszabásánál a Versenytanács azt is, hogy a jogsértő tájékoztatás a fogyasztók széles köréhez eljutott, illetve potenciálisan eljuthatott az írott sajtóban megjelent fizetett hirdetések, a direkt marketing anyagok és az internetes honlap révén. A jogsértéssel érintett időszak viszonylag hosszú ideig állt fenn: 2006 januárjától kezdődően folyamatosan, hiszen az interneten az eljárás lefolytatása alatt is olvashatók voltak a megtévesztő kijelentések.
65. Figyelembe vette a Versenytanács azt is, hogy eljárás alá vont vállalkozásoknak jelentős árbevétele származott a jogsértő állításokkal reklámozott étrend-kiegészítő termékek értékesítéséből.
66. Az egyetlen felmerült enyhítő körülmény, miszerint eljárás alá vont vállalkozások piaci részesedése nem jelentős, nem volt képes az előbbi szempontokat ellensúlyozni.
67. Szintén súlyosító körülményként vette figyelembe a Versenytanács, hogy DBS Magyarország Kereskedelmi Kft-t a GVH a Vj-115/2006-os versenyfelügyeleti eljárásában már elmarasztalta fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt, ennek ellenére eljárás alá vontak továbbra is jogsértő gyakorlatuk változatlanul hagyása mellett hirdették termékeiket.
68. Így, az összes körülményt mérlegelve a Versenytanács úgy ítélte meg, hogy jelen esetben a bíróságot a törvényi maximum összegében szükséges megállapítani. Eljárás alá vont vállalkozások által benyújtott dokumentumok tanúsága szerint DBS Magyarország Kereskedelmi Kft. nettó árbevétele 311 millió Ft, Direct Best Sellers s.r.o. nettó árbevétele pedig 72 millió Ft volt 2006-ban. Az említett összegek 10 %-a képezte a kiszabott bírság összegét, tehát 311 millió Ft 10 %-a = 31 millió Ft, illetve Direct Best Sellers s.r.o. esetében pedig 72 millió Ft közelítőleg 10%-a = 7 millió Ft.

IX.

Eljárási kérdések

69. A GVH hatásköre a Tpv. 45. §-án, illetékessége a Tpv. 46. §-án alapul. E rendelkezések értelmében a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik minden olyan versenyfelügyeleti ügyben, amely nem tartozik bíróság (86. §) hatáskörébe, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.
70. A bíróságot a határozat kézhezvételétől számított harminc napon belül kell megfizetni, függetlenül attól, hogy a határozattal szemben keresetet terjesztenek-

e elő. A közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (Ket.) 110. § (1) bekezdése a) pontja szerint a keresetlevél benyújtásának a döntés végrehajtására nincs halasztó hatálya, az ügyfél azonban a keresetlevélben a döntés végrehajtásának felfüggesztését kérheti. A végrehajtást a kérelem elbírálásáig a GVH Versenytanácsa nem foganatosíthatja.

71. A Ket. 138. § (1) bekezdése szerint a pénzfizetési kötelezettségének határidőre eleget nem tevő késedelmi pótlékot köteles fizetni. A (3) bekezdés szerint a késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része. Ennek ellentételezéseként a Tpv. 83. § (5) bekezdése úgy rendelkezik, hogy ha az eljáró versenytanács határozata jogszabályt sértett és ennek következtében az ügyfélnek igénye keletkezik a bíróság visszatérítésére, a visszatérítendő összeg után a mindenkori jegybanki alapkamat kétszeres összegének megfelelő kamatot is meg kell téríteni.
72. A határozattal szembeni jogorvoslati jogot a Tpv. 83. §-a biztosítja.

Budapest, 2007. október 11.