



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL

---

## VERSENYTANÁCS

---

Vj-46/2008/35.

A Gazdasági Versenyhivatal a **VIVALDI Kereskedelmi Kft.**, valamint a **Media Markt Saturn Holding Magyarország Kft.** (Budaörs), **Media Markt Árkád Kft.** (Budapest), **Media Markt Békéscsaba Kft.** (Békéscsaba), **Media Markt Budaörs Kft.** (Budaörs), **Media Markt Debrecen Kft.** (Debrecen), **Media Markt Megapark Kft.** (Budapest), **Media Markt Miskolc Kft.** (Miskolc), **Media Markt Nyíregyháza Kft.** (Nyíregyháza), **Media Markt Pécs Kft.** (Pécs), **Media Markt Pólus Kft.** (Budapest), **Media Markt Stop Shop Kft.** (Budapest), **Media Markt Szeged Kft.** (Szeged), **Media Markt Székesfehérvár Kft.** (Székesfehérvár), **Media Markt Szolnok Kft.** (Szolnok), **Media Markt Szombathely Kft.** (Szombathely), **Media Markt Tatabánya Kft.** (Tatabánya), **Media Markt Westend Kft.** (Budapest), (a továbbiakban együttesen: Média Markt áruházak) eljárás alá vont vállalkozások ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása tárgyában indult eljárásban - nyilvános tárgyaláson - meghozta az alábbi

### v é g z é s t

A Versenytanács a versenyfelügyeleti eljárást a Média Markt áruházakkal szemben megszünteti, egyben kötelezi a szóban forgó eljárás alá vontakat az alábbi kötelezettségvállalásának teljesítésére.

A Média Markt áruházak vállalják, hogy mindazon akciós reklámújságjaikban, ahol 2007. II. félév és 2008. I. félév során a "VIVAMAX GYVSKY-7" elnevezésű ionos testméregtelenítő készüléknek gyógyhatást tulajdonított, legkésőbb 2009. március 31-ig figyelemfelhívást tesz közzé, amelyben szerepel a termék megnevezése, a termék visszavásárlásának lehetősége és a kapcsolódó feltételek ismertetése, a visszavásárlás indoka, valamint a visszavásárlás határideje, amely a figyelemfelhívás megjelenésétől számított 30 napnál nem lehet kevesebb.

A végzéssel szemben a közlésétől számított nyolc napon belül a Fővárosi Bírósághoz címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtandó vagy ajánlott küldeményként postára adott jogorvoslati kérelem terjeszthető elő.

# I n d o k o l á s

## I. Tényállás

### A vizsgálat indításának körülményei

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 és 70. §-a alapján 2008. március 26-án versenyfelügyeleti eljárást indított a „VIVAMAX GYVSKY-7” ionos testméregtelenítő készülék (a továbbiakban: ionos testméregtelenítő készülék) magyarországi importöre a VIVALDI Kereskedelmi Kft. (a továbbiakban: VIVALDI Kft.) valamint a készülék forgalmazója a Media Markt Saturn Holding Magyarország Kft. ellen. ( Vj-46/2008. )
2. A GVH észlelte, hogy az eljárás alá vont VIVALDI Kft. az ionos testméregtelenítő készülék népszerűsítése céljából megjelentetett szórólapjain, valamint a készülék dobozán a termék gyógyhatására utaló megállapításokat szerepeltet, mint például:
  - *„Kivonja a szervezetben felhalmozódott káros anyagokat. (nehézfémek, nikotin, tartósítószer, stb.)”*
  - *„Helyreállítja a szervek egészséges működését.”*
  - *„Erősíti az immunrendszert.”*
  - *„Segít a betegségek megelőzésében.”*
  - *„Aktiválja a szervezet öngyógyító folyamatait.”*
  - *„Növeli a vér oxigénszállító képességét.”*
  - *„Csökkenti a trombózis és az agyvérzés veszélyét.”*
  - *„Növeli a kiválasztó szervek működésének hatékonyságát.”*
  - *„Védi a szervezetet a nehézfémek okozta súlyos betegségek kialakulásától.”*
  - *„Csökkenti a vércukorszintet.”*
  - *„Elősegíti a fogyókúra hatékonyságát és a narancsbőr eltüntetését.”*
  - *„Segíti a sejtek egészséges egyensúlyának helyreállítását.”*

A GVH továbbá azt is észlelte, hogy a Média Markt rendszeresen megjelentetett szórólapjai az ionos testméregtelenítő készüléket a termék gyógyhatására utaló megállapításokkal népszerűsítik, mint például:

  - *„A készülék az elektrolízis elve alapján negatív és pozitív ionokat termel, amelyek a bőrön keresztül bejutnak a testünkbe és kiválasztják a káros anyagokat...”*
  - *„Allergiás reakciók csökkentése.”*
  - *„Gyors és hatékony segítség a méregtelenítésben.”*
  - *„Helyreállítja a szervek egészséges működését.”*
  - *„...kivezeti a szervezetben felhalmozódott káros anyagokat (nehézfémek, toxinok, tartósító-és növényvédő szerek, gyógyszeripari hulladékok)...”*
  - *„...a tüdőben lerakódott nikotin csökken...”*
  - *„...nő a fogyókúra hatékonysága...”*

- „Csökkenti a vércukorszintet.”
  - „Segít a betegségek megelőzésében.”
  - „...erősíti az immunrendszert...”
  - „...aktiválja a szervezet öngyógyító folyamatait...”
  - „...növeli a vér oxigénszállító képességét...”
  - „...csökkenti a trombózis és az agyvérzés veszélyét...”
  - „...növeli a kiválasztó szervek működésének hatékonyságát...”
  - „...védi a szervezetet a nehézfémek okozta súlyos betegségek kialakulásától...”
3. A GVH, 2008. június 13-án, a Media Markt Árkád Kft-t, a Media Markt Békéscsaba Kft-t, a Media Markt Budaörs Kft-t, a Media Markt Debrecen Kft-t, a Media Markt Megapark Kft-t, a Media Markt Miskolc Kft-t, a Media Markt Nyíregyháza Kft-t, a Media Markt Pécs Kft-t, a Media Markt Pólus Kft-t, a Media Markt Stop Shop Kft-t, a Media Markt Szeged Kft-t, a Media Markt Székesfehérvár Kft-t, a Media Markt Szolnok Kft-t, a Media Markt Szombathely Kft-t, a Media Markt Tatabánya Kft-t, a Media Markt Westend Kft-t az eljárásba ügyfélként bevonta, mivel a vállalkozások valószínűsíthetően részesei voltak a vizsgált magatartásnak. (Vj-46/2008/010.).
4. Az eljárás kiterjedt az eljárás alá vontaknak az ionos testméregtelenítő készülékre vonatkozó teljes kommunikációs tevékenységére.

#### **Az eljárás alá vont vállalkozások**

5. A VIVALDI Kft. 1997-ben ajándék és wellness termékek importjára jött létre. A VIVALDI Kft. 2005-ben profiltisztítást hajtott végre és termékválasztékát leszűkítette szépségápolási, fitness és wellness termékekre. A VIVALDI Kft. nettó árbevétele 2007-ben 532 699 000 forint, 2008. év I. negyedévében pedig 139 083 000 forint volt. (Vj-46/2008/003. számú irat 4. számú melléklete)
6. A Media Markt Saturn Holding Magyarország Kft. cégcsoportjához jelenleg 16 Media Markt valamint 4 Saturn<sup>1</sup> áruház tartozik. A 20 áruházból 7-ben a Media Markt Saturn Holding Magyarország Kft. 100%-os tulajdonosi részesedéssel rendelkezik, a többi 13 üzletben is legalább 90%-os a tulajdonosi részaránya. Az áruházak műszaki cikkek értékesítésével és ezekhez kapcsolódó szolgáltatások nyújtásával foglalkoznak, termékeiket minden esetben beszállítóktól vásárolják, gyártási tevékenységet nem folytatnak. A Media Markt Saturn Holding Magyarország Kft. kereskedelmi tevékenységet nem folytat, csak a Media Markt cégcsoport kommunikáció, reklám és marketing tevékenységét látja el.
7. A Media Markt áruházak decentralizált struktúrában működnek, ami azt jelenti, hogy az ügyvezető igazgató egyben résztulajdonosa is az áruházaknak. Minden áruház külön gazdasági egységként működik, önállóan állítja össze termékkínálatát, saját hatáskörben dönt az egyes termékek áráról, a termék akciókról, illetve a helyi akciók ajánlatokat feltüntető reklámújságok tartalmáról.
8. A kommunikáció-, reklám- és marketingfeladatok az alábbiak szerint oszlanak meg a Media Markt Saturn Holding Magyarország Kft. marketing osztálya és az áruházak között: a marketing osztály médiaügynökségi funkciót lát el az áruházak számára, ők szerződnek minden rádióval, televízióval, napilappal, nyomdával, terjesztővel és

---

<sup>1</sup> Avizsgáló a jelen versenyfelügyeleti eljárásban a Saturn üzleteket nem vonta be, tekintettel arra, hogy a Saturn üzleteket hirdető újságokban nem szerepeltek egészségre ható állítások az ionos testméregtelenítő készülékkel kapcsolatosan.

egyéb a témában érintett partnerrel. Tartalmi szempontból két útja van a kommunikációnak: helyi érvényességű illetve országos reklámmegjelenések vannak. A helyi ajánlatokat az adott áruház (Budapest esetében a budapesti ügyvezetők együttesen) határozza meg, az országos hirdetések - például egy szórólap - esetében a központban dolgozó kollégák tárgyalnak a beszállító partnerekkel, majd az így összegyűlt ajánlataikat az egyes áruházak érintett osztályvezetőivel megvitatva állítják össze a reklámanyagot.

9. Az eljárásban érintett termékre vonatkozó árbevételi adatokat a Vj-46/2008/017. számú irat 1. számú melléklete, a termék beszerzési árát a 2008. május 08-án kelt Vj-46/2008/004 iktatószámú irat 2. oldala, a kifogásolt termékre eső kommunikációs költséget a Vj-46/2008/006. számú irat 4. számú melléklete tartalmazza.

### **A versenyfelügyeleti eljárásban érintett termék és fogyasztók főbb jellemzői**

10. Az eljárásban érintett ionos testmégértelenítő készülék bizalmi terméknek tekinthető, mert a termék egészségre/egészség helyreállításra vonatkozó hatásairól a fogyasztók még a használat után sem tudnak egyértelműen megbizonyosodni.
11. A GVH ezen témában szerzett tapasztalatai (panaszok, bejelentések, versenyfelügyeleti eljárások) alapján megállapítható, hogy az érintett fogyasztói kör két lényegesen eltérő csoportra bontható. Az egyik csoportba tartoznak azok a főleg fiatalabb és jobb anyagi körülmények között élő fogyasztók, akik egészségük és fizikai kondíciójuk megőrzése/javítása érdekében az új módszereket általában kipróbálják.
12. A másik csoportot azok a sérülékeny fogyasztók alkotják, akik valamilyen betegségben szenvednek, így kiszolgáltatott helyzetük miatt fokozottabban érzékenyek minden olyan új információra, termékre és terápiás lehetőségre, amely állapotukban javulást, meglévő tüneteikben enyhülést, és főként gyógyulást ígér. A fogyasztói döntésük meghozatala során a legfontosabb szempont számukra az ígért, és ezért várt gyógyító, megelőző hatás megvalósulása. Ez a magyarázata annak, hogy akár anyagi erejüket meghaladó kiadásokra is hajlandóak. E célcsoport tagjai korukból, helyzetükből, kiszolgáltatottságukból eredően hiszékenyebbek. Általában nehezebben tudják megszerezni vagy megfelelően értékelni a megalapozott döntések meghozatalához szükséges információkat, továbbá az esetlegesen rossz döntésükből fakadó fogyasztói hátrány jelentősebb arányban érinti helyzetüket.

### **Az orvostechnikai eszközökre vonatkozó szabályozás**

13. Az egészségügyről szóló 1997. évi CLIV. törvény az egyéb egészségügyi ellátások 4. címe alatt az orvostechnikai eszközellátásról szóló 101. § (1) bekezdésében a következőképpen rendelkezik: orvostechnikai eszköz - ideértve a gyógyászati segédeszközt is - akkor hozható forgalomba, illetve az egészségügyi ellátás során akkor használható, ha
  - a) kielégíti a külön jogszabály szerinti minőségi követelményeket és erre vonatkozóan rendelkezik az ott meghatározott tanúsítványokkal és jelöléssel, valamint
  - b) a külön jogszabályban meghatározott szerv nyilvántartásba vette.

Az orvostechnikai eszközökre vonatkozó külön jogszabály a 16/2006. (III. 27.) EüM rendelet.

14. A 2006. (III. 27.) sz. EüM rendelet az orvostechnikai eszközökről hatálya — kivéve az in vitro diagnosztikai eszközöket, a humán vér és vérkészítmények illetve humán eredetű szövetet vagy sejteket tartalmazó eszközöket továbbá a külön jogszabály hatálya alá tartozó kozmetikai termékeket — a Magyarországon forgalmazott, illetve alkalmazott orvostechnikai eszközökre és tartozékaira terjed ki.
15. A rendelet 2. § (1) bekezdésének a) pontja tartalmazza az orvostechnikai eszköz meghatározását. A rendelet 3. § (1) bekezdése értelmében orvostechnikai eszköz akkor hozható forgalomba, ha CE jelöléssel van ellátva. A rendelet ugyanezen § (2) bekezdése alapján az orvostechnikai eszköz CE jelöléssel abban az esetben látható el, ha kielégíti a 4. § szerinti alapvető követelményeket, valamint ennek igazolására lefolytatták a terméknél a megfelelőség-értékelési eljárást. A rendelet 4. § (1) bekezdése értelmében minden forgalomba hozott, illetve használatba adott eszköznek meg kell felelnie az 1. számú melléklet szerinti, a rendeltetése alapján az adott eszközre vonatkozó alapvető követelményeknek. Forgalomba hozatal alatt az eszköz visszterhes vagy ingyenes, első ízben történő rendelkezésre bocsátását kell érteni. A jogszabály 16. § (1) bekezdése értelmében amennyiben — függetlenül attól, hogy a biztonságot veszélyezteti-e vagy sem — valamely eszközön nem, illetve e rendelet megsértésével került feltüntetésre a CE jelölés, a hivatalból elrendelendő az eszköznek a forgalomból történő kivonása, illetve az eszköz forgalmazásának felfüggesztése.

## **II.**

### **A kifogásolt magatartás**

16. A Media Markt áruházak az ionos testmértelenítő készülékkel kapcsolatos kommunikációs tevékenységének középpontjába ezen készülék állítólagos gyógyhatását állították.
17. A vizsgált kommunikációs eszközöket - azok terjedelmére tekintettel – a végzés 1. sz. melléklete tartalmazza.

## **III.**

### **A Media Markt áruházak álláspontja**

18. A Media Markt áruházak álláspontja szerint a Media Markt áruházak a termékek kiválasztását, beszerzését, értékesítését és a reklámozási tevékenységet a beszállítók által rendelkezésre bocsátott termékismertetőik alapján végzik, így történt ez az ionos testmértelenítő készülék esetében is, amit a VIVALDI Kft. szállított a Media Markt áruházakba is. A Media Markt állítása szerint nincs lehetőség arra, hogy minden egyes termék esetében meggyőződjenek arról, a beszállítóiktól kapott termékre vonatkozó információk megfelelnek-e a valóságnak. A Media Markt cégfilozófiája alapján hosszú távú, korrekt üzleti kapcsolatokra törekszik partnereivel, és ezt feltételezi a beszállítóiról is, akiknek szintén nem érdeke megtéveszteni sem a Media Marktot, sem a fogyasztókat, hiszen ilyen magatartás esetén elképzelhetetlen a további együttműködés. (Vj-46/2008/004., Vj-46/2008/006.)
19. A Media Markt áruházak álláspontja szerint nem volt tudomásuk arról, hogy az eljárásban érintett készülék nem rendelkezik a termékismertetőben feltüntetett tulajdonságokkal, jóhiszeműen elfogadták a VIVALDI Kft. állításait. Az érintett terméket a Media Markt katalógusaiban a fogyasztóknak történő népszerűsítés során

amiatt ruházta fel gyógyító hatással, mivel a VIVALDI Kft-től ezt az információt kapta.

20. A Media Markt cégcsoport a vásárlók érdekének védelmében a versenyfelügyeleti eljárás vizsgálati szakaszában vásárlókat két országos napilapban közzétett nyilatkozatban tájékoztatta az eljárásban érintett készülékekkel kapcsolatos hiányosságokról, továbbá arról, hogy a készüléket igény esetén teljes áron visszavásárolja a fogyasztóktól. A Media Markt cégcsoport álláspontja szerint ezzel helyre tudja állítani a törvényes állapotot, és orvosolni tudja a fogyasztókat ért sérelmet. (Vj-46/2008/006., Vj-46/2008/008., Vj-46/2008/015. )
21. A nyilatkozatot két országos megjelenésű napilapban – a Blikkben és a Népszabadságban – tette közzé, mindkét újságban három pénteken csak a Media Markt cégcsoport felhívása szerepelt teljes oldalas hirdetésként, majd az azt követő hétfőn a Saturn áruházak felhívása került megjelenítésre az említett két napilapban, így összesen 12 megjelenés történt.
22. A Media Markt cégcsoport nyilatkozata szerint az időpontok kiválasztásának szempontja az volt, hogy a legszélesebb olvasóközönséghez eljusson az információ. Azért ezekre a napokra esett a választásuk, mert a hirdetési tapasztalatok alapján a péntek az egyik legfrekvenciáltabb nap, a napilapok is ekkor szokták a mellékleteiket (pld. tv-magazin vagy egyéb tematikus mellékletek) az újságba befűzni, jellemzően ezen a napon a példányszám is magasabb. Továbbá ezek a napok közvetlenül a labdarúgó Európa Bajnokság előtti illetve alatti időszakra esnek, amikor az emberek eleve több újságot szoktak olvasni, mint máskor.
23. Szintén a széleskörű tájékoztatás miatt - az olvasottság és tematika figyelembevételével - esett a választás erre a két napilapra. A Blikk egy könnyedebb műfajú sajtótermék, egyben a legolvasottabb magyar napilap 1 122 000 fős olvasótáborral és 235 000 értékesített példányszámmal, célcsoportjuk a teljes lakosság. A Népszabadság más műfajt képvisel, az olvasottság szempontjából a harmadik helyet foglalja el az országos napilapok között (pénteki olvasottság országosan: 450 000 fő, példányszám: 131 000 db).
24. Az említett napilapokban megjelent felhívások összes költsége valamint a termék reklámozására fordított költség üzleti titoknak minősül, azonban a Média Markt felhívta a figyelmet arra, hogy a visszavásárlással kapcsolatos felhívás nagyságrendekkel nagyobb publicitást kapott, mint magának a terméknek a népszerűsítése.
25. A Média Markt továbbá minden áruházában a felhívás megjelenésével egyidejűleg
  - tájékoztató táblát helyezett el, amelyen jelezte az ionos méregtelenítő készülék blokk ellenében történő visszavásárlásának lehetőségét, valamint
  - körlevelet küldött az összes áruház vezetőjének a visszavásárlási igény esetén követendő eljárásról.
26. A Média Markt állítása szerint a testméregtelenítő készülékekkel kapcsolatos versenyfelügyeleti eljárás során felmerült problémát kielemezte, levonta a tanulságokat az ügyből és az egészségmegőréssel kapcsolatos termékek beszerzése és reklámozása során új, körültekintőbb eljárásrendet alakított ki.

**IV.**  
**A vizsgáló indítványa**

27. A Media Markt cégcsoport tekintetében a vizsgáló az eljárás megszüntetését indítványozta.

**V.**  
**A Versenytanács előzetes álláspontja**

28. A Versenytanács előzetes álláspontjában kifejtette, lát lehetőséget arra, hogy a Média Markt kötelezettségvállalásának elfogadásával záruljon a versenyfelügyeleti eljárás.

**VI.**  
**Az eljárás alá vont vállalása**

29. A Versenytanács előzetes álláspontjának kézhezvételét követően az eljárás alá vont kiegészítette kötelezettségvállalását.

Eljárás alá vont vállalta, hogy

- (i) az ionos méregtelenítő készülék visszavásárlásának lehetőségéről a kifogásolt tájékoztatásokkal elért fogyasztói kör figyelmét saját reklámújságaiban is felhívja 2009. március 31-vel bezárólag,
- (ii) a visszavásárlást ezen tájékoztatások megjelentetésétől számított legkevesebb 30 napig lehetővé teszi.

**VII.**  
**A Versenytanács döntése**

**Jogszabályi háttér**

30. A Tpv. 8. § (1) bekezdése alapján tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. Az idézett szakasz (2) bekezdése szerint a fogyasztók megtévesztésének minősül különösen, ha a) 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; b) elhallgatják azt, hogy az áru nem felel meg a jogszabályi előírásoknak vagy az áruval szemben támasztott szokásos követelményeknek, továbbá, hogy annak felhasználása a szokásostól lényegesen eltérő feltételek megvalósítását igényli; c) az áru értékesítésével, forgalmazásával összefüggő, a fogyasztó döntését befolyásoló körülményekről - így különösen a forgalmazási módról, a fizetési feltételekről, a kapcsolódó ajándékokról, az engedményekről, a nyerési esélyről - megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak; d) különösen előnyös vásárlás hamis látszatát keltik.

31. A Tpv. 9. §-a értelmében a használt kifejezéseknek a mindennapi életben, illetőleg a szakmában elfogadott általános jelentése az irányadó annak megállapításánál, hogy a tájékoztatás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas-e.

32. A Tpvt. 10. §-a alapján 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.
33. A Tpvt. 75. § (1) bekezdése szerint, ha a hivatalból indult versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált magatartás tekintetében az ügyfél kötelezettséget vállal arra, hogy magatartását meghatározott módon összhangba hozza a Tpvt. rendelkezéseivel és a közérdek védelme e módon biztosítható, az eljáró versenytanács végzéssel — az eljárás egyidejű megszüntetésével — kötelezővé teheti a vállalat teljesítését anélkül, hogy a végzésben a törvénysértés megvalósulását vagy annak hiányát megállapítaná.

### **Általános szempontok**

34. 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.
35. Általában minden olyan magatartás, amely alkalmas a fogyasztók döntési szabadságának korlátozására jogellenes, tekintet nélkül arra, hogy a hátrány valóban vagy ténylegesen bekövetkezett volna. Ezenkívül a jogsértés megállapíthatósága kapcsán a fogyasztói panaszok léte vagy hiánya sem bír jelentőséggel, mivel fogyasztói panaszok hiányában is megvalósulhat a fogyasztók megtévesztése.
36. Önmagában az a körülmény, hogy a reklám alapjául szolgáló tájékoztatást üzleti partnereitől kapja egy vállalkozás, nem mentesíti a reklámozót a versenyjogi felelősség alól. Ha egy vállalkozás a saját reklámújságjaiban népszerűsít egy terméket, akkor az abban szereplő információk valóságtartalmáért felelősséggel tartozik. A magatartás versenyjogi megítélésekor vizsgálni kell, hogy a vállalkozás a tájékoztatások fogyasztókhoz való eljuttatásában szerepet játszott-e, továbbá a vállalkozás érdekét szolgálta-e.
37. Alapvetően meghatározza a termékkel kapcsolatban kifejtett tájékoztatás korlátait, illetve az azokban tett állítások versenyjogi megítélését az, ha a vállalkozás egy terméket a szükséges hatósági eljárások lefolytatása nélkül olyan tájékoztatással értékesít, hogy annak gyógyhatást, az emberi egészséget megőrző és helyreállító hatást tulajdonít. A versenyfelügyeleti eljárás során a Versenytanácsnak nem azt kell vizsgálnia, hogy a termék gyógyhatás kiváltására alkalmas-e. Az áru valós tulajdonságának megítélése az e vonatkozásban szakmai tudással rendelkező hatóság kompetenciája.
- Ugyanakkor az áruval kapcsolatos tájékoztatás (reklám) minősítése a GVH hatáskörébe tartozik. A Gazdasági Versenyhivatal feladata tehát az, hogy a Tpvt. 9.§-ának figyelembe vételével elemezze, a fogyasztóknak szóló tájékoztatásokban megfogalmazott állítások gyógyhatásra (betegséget megelőző, kezelő, a betegség tüneteit enyhítő hatásra) utalnak-e vagy sem.



## A Media Markt cégcsoport magatartásának versenyjogi értékelése

38. A Versenytanács álláspontja szerint a Média Markt áruházak az ionos testmértelenítő készüléket reklámjaikban akként ajánlották, mintha annak gyógyító hatása lenne.
39. A rendelkezésre álló iratokból, nyilatkozatokból az is megállapítható volt, hogy a Media Markt áruházak reklámújságjaikban a VIVALDI Kft., mint forgalmazó által használt szlogenek és reklámmondatok átvételével építették fel az újságokban szereplő reklámbokszoikat.
40. A Versenytanács álláspontja szerint azonban önmagában az a körülmény, hogy a reklám alapjául szolgáló tájékoztatást üzleti partnereitől kapja a vállalkozás, nem mentesíti a reklámozót a versenyjogi felelősség alól. Ha egy vállalkozás a saját reklámújságjaiban népszerűsít egy terméket, akkor az abban szereplő információk valóságtartalmáért felelősséggel tartozik. Megállapítható volt, hogy a Media Markt cégcsoport a tájékoztatások fogyasztókhoz való eljuttatásában szerepet játszott, továbbá a tájékoztatás nemcsak a VIVALDI Kft., hanem a Media Markt cégcsoport érdekét is szolgálta.
41. A Versenytanács úgy ítélte meg, hogy a kötelezettségvállalás elfogadásával a versenyhez fűződő közérdek hatékonyan biztosítható feltéve, hogy a cégcsoport olyan körülményeket teremt, amelyek révén biztosítja, az eljárásban vizsgált termék visszavásárlásával kapcsolatos információk a fogyasztók célzott köréhez eljussanak, továbbá megjelöli a visszavásárlás határidejét, valamint átalakítja a gyógyhatást tartalmazó állítással népszerűsíteni kívánt termékekkel kapcsolatos reklámozási gyakorlatát.
42. A Versenytanács megítélése szerint a Média Markt áruházak kötelezettségvállalása ezen kritériumoknak megfelel, azaz
- a kötelezettségvállalás révén a megtévesztő reklámokkal elért fogyasztók köre tudomást szerezhet a készülékre vonatkozó tájékoztatással kapcsolatos versenyjogi aggályokról,
  - a kötelezettségvállalást elfogadó végzés megfelelően közvetíti a vállalkozások felé, hogy milyen tájékoztatási gyakorlatot tart a versenytanács kívánatosnak.
43. A kötelezettségvállalás elfogadásához hozzájárult továbbá, hogy a Média Markt áruházak
- az aggályosnak tekintett tájékoztatással a versenyfelügyeleti eljárás kezdetén önként felhagytak,
  - a tájékoztatással megcélzott fogyasztói kört értesítették,
  - a termék visszavásárlását lehetővé tették, így a jogsértő tájékoztatások megjelentetésével okozott fogyasztókat ért kár kompenzálásra kerül,
  - GVH fellépésének köszönhetően átalakították e termékkör reklámozására vonatkozó belső eljárásrendjüket.

Tekintettel volt továbbá a Versenytanács arra a körülményre is, hogy az eljárás alá vont kötelezettségvállalása – figyelemmel annak tartalmára és az azzal járó költségekre – tanúsítja a vállalkozás elköteleződését a jogszerű magatartás mellett.

44. A Versenytanács mindezek alapján a rendelkező részben foglaltak szerint döntött.

45. A Versenytanács külön határozatban megállapította, hogy a VIVALDI Kft. a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított, amikor „VIVAMAX GYVSKY-7” ionos testméregtelenítő készülékkel kapcsolatosan 2007 és 2008 során adott kommunikációs anyagaiban gyógyhatás hamis látszatát keltette. A Versenytanács kötelezte a VIVALDI Kft.-t 1.500.000 (Egymillióötszázezer) forint bírság megfizetésére.

### **VIII.** **Jogkövetkezmények**

46. A Tpv. 76. § (1) bekezdés a) pontja alapján a GVH vizsgálója a kötelezettségvállalás teljesülésének ellenőrzése érdekében utóvizsgálatot indít. Ha az ügyfél a kötelezettséget nem teljesítette, a Versenytanács végzéssel érdemi bírságot (78. §) szab ki, kivéve, ha a körülmények változására tekintettel a kötelezettség teljesítésének kikényszerítése nem indokolt. Ilyen esetben, továbbá akkor, ha az ügyfél a kötelezettséget teljesítette, a Versenytanács az utóvizsgálatot végzéssel megszünteti.
47. 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 a bíróság (86. §) hatáskörébe, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.
48. A végzés elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 82. § (1) bekezdése biztosítja.

Budapest, 2008. szeptember 24.

## A Media Markt áruházak kommunikációs tevékenysége

### **Honlap**

Az eljárásban érintett készülék a Media Markt honlapjára nem került, kizárólag csak az akciós reklámújságokban került feltüntetésre az alábbi időpontokban és példányszámokban, viszont az akciós reklámújságok minden esetben letölthetőek voltak a [www.mediamarkt.hu](http://www.mediamarkt.hu) honlapról. (Vj-46/2008/017. számú irat 2. számú melléklete)

### **HHV budapesti flyer**

2007. június 18-ától július 1-jéig tartó időszakban volt érvényes. A flyerből 2007. június 18. és június 20. között 963 335 példányt terjesztettek Budapesten és vonzaskörzetében.

2. oldalának jobb alsó bokszában található az alábbi hirdetés:

A hirdetés háttere piros. A hirdetés boksza jobb oldalán a termék fényképe található, melyre három sárga nyíl mutat. A három nyílon különböző mondatok találhatóak fekete betűkkel:

1. *„a felhalmozódott mérgeanyagok távoznak a szervezetből”*
2. *„helyreállítja a szervek egészséges működését”*
3. *„csökkenti a vércukorszintet”*

A fényképtől balra a termék ára található: **54. 990-**

Az ár alatt fehér betűkkel a termék neve, típusa és a törlesztésre vonatkozó adatok olvashatóak:

**VIVAMAX syk-7 ionos testmégeregtelenítő; 5131.- x 12; 0.- saját erő**

A boksza alján:

*„A készülék kivezeti a szervezetben felhalmozódott káros anyagokat (nehézfémek, toxinok, tartósító- és növényvédő szerek, gyógyszeripari hulladékok) ionos lábfürdő útján, a bőr kitisztul, az allergiás tünetek enyhülnek, a tüdőben lerakódott nikotin csökken, nő a fogyókúra hatékonysága.”*

### **HHV országos flyer**

2007. október 4-étől október 21-ig tartó időszakban volt érvényes. A flyerből 2007. október 1. és október 3. között 2120985 példányt terjesztettek a Media Markttal rendelkező városokban és azok vonzaskörzetében.

9. oldalának jobb alsó bokszában található az alábbi hirdetés:

A hirdetés háttere piros. A hirdetés bokszában a termék fényképe található, melyre három fehér nyíl mutat. A három nyílon különböző mondatok találhatóak fekete betűkkel:

1. *„a felhalmozódott mérgeanyagok távoznak (piros betűkkel) a szervezetből”*
2. *„csökkenti (piros betűkkel) a vércukorszintet”*
3. *„helyreállítja a szervek egészséges működését”*

A nyilak alatt törlesztésre vonatkozó adatok olvashatóak: 6048.- x10; 0.- saját erő

A fénykép alatt balra a termék ára található nagy fekete betűkkel: **54.990-**

Az ár alatt fehér betűkkel a termék neve, típusa: VIVAMAX gyvsky-7 ionos testmértelenítő

A boksztól alján:

*„A készülék kivezeti a szervezetben felhalmózódott káros anyagokat (nehézfémek, toxinok, tartósító- és növényvédő szerek, gyógyszeripari hulladékok) ionos lábfürdő útján, a bőr kitisztul, az allergiás tünetek enyhülnek, a tüdőben lerakódott nikotin csökken, nő a fogyókúra hatékonysága”*

### **HHV országos flyer**

2007. november 19-étől december 2-ig tartó időszakban volt érvényes. A flyerből 2007. november 19. és november 21. között 2 133 685 példányt terjesztettek a Media Markttal rendelkező városokban és azok vonzáskörzetében.

7. oldalának jobb alsó bokszában található az alábbi hirdetés:

A hirdetés háttere piros. A hirdetési boksztól alján a termék fényképe található, melyre kettő fehér nyíl mutat. A két nyíl különböző mondatok találhatóak fekete betűkkel:

1. *„helyreállítja a szervek egészséges működését”*
2. *„a felhalmózódott mérgezőanyagok távoznak a szervezetből”*

A fénykép alatt a termék ára található nagy fekete betűkkel: **54.990-** alatta a törlesztésre vonatkozó adatok olvashatóak: 0%THM-mel; 10 hónapos futamidővel törlesztőrészlet 5 499.-

Az ár alatt fehér betűkkel a termék neve, típusa: VIVAMAX gyvsky-7 ionos testmértelenítő

A boksztól alján:

*„A készülék kivezeti a szervezetben felhalmózódott káros anyagokat (nehézfémek, toxinok, tartósító- és növényvédő szerek, gyógyszeripari hulladékok) ionos lábfürdő útján, a bőr kitisztul, az allergiás tünetek enyhülnek, a tüdőben lerakódott nikotin csökken, nő a fogyókúra hatékonysága”*

### **HHV nyíregyházi flyer**

2007. december 10-étől december 23-ig tartó időszakban volt érvényes. A flyerből 2007. november 26. és november 28. között 110 301 példányt terjesztettek Nyíregyházán és vonzáskörzetében.

2. oldalának alsó bokszában található az alábbi hirdetés:

A hirdetés háttere piros. A hirdetési boksztól alján a termék fényképe található, melyre kettő fehér nyíl mutat. A két nyíl különböző mondatok találhatóak fekete betűkkel:

1. *„a felhalmózódott mérgezőanyagok távoznak a szervezetből”*
2. *„helyreállítja a szervek egészséges működését”*

A fénykép alatt a termék ára található nagy fekete betűkkel: **54.990-** alatta a törlesztésre vonatkozó adatok olvashatóak: 0%THM-mel; 10 hónapos futamidővel törlesztőrészlet 5 499.-

Az ár alatt fehér betűkkel a termék neve, típusa: VIVAMAX syk-7 ionos testméregtelenítő

A bokszt alján:

*„A készülék kivezeti a szervezetben felhalmozódott káros anyagokat (nehézfémek, toxinok, tartósító- és növényvédő szerek, gyógyszeripari hulladékok) ionos lábfürdő útján, a bőr kitisztul, az allergiás tünetek enyhülnek, a tüdőben lerakódott nikotin csökken, nő a fogyókúra hatékonysága”*

### **HHV szegedi flyer**

2007. augusztus 7-étől augusztus 15-ig tartó időszakban volt érvényes. A flyerből 2007. augusztus 6-án és 7-én 100 000 példányt terjesztettek Szegeden és vonzáskörzetében.

3. oldalának alsó jobb bokszában található az alábbi hirdetés:

A hirdetés háttere piros. A hirdetési boksztban a termék fényképe található, melyre három fehér nyíl mutat. A három nyílon különböző mondatok találhatóak fekete betűkkel:

1. *„a felhalmozódott mérgeanyagok távoznak a szervezetből”*
2. *„helyreállítja a szervek egészséges működését”*
3. *„csökkenti a vércukorszintet”*

A fénykép alatt balra a termék ára található nagy fekete betűkkel: **54.990-;** mellette a törlesztésre vonatkozó adatok olvashatóak: 5131.- x 12; 0.- saját erő

Az ár alatt fehér betűkkel a termék neve, típusa: VIVAMAX syk-7 ionos testméregtelenítő

A bokszt alján:

*„A készülék kivezeti a szervezetben felhalmázódott káros anyagokat (nehézfémek, toxinok, tartósító- és növényvédő szerek, gyógyszeripari hulladékok) ionos lábfürdő útján, a bőr kitisztul, az allergiás tünetek enyhülnek, a tüdőben lerakódott nikotin csökken, nő a fogyókúra hatékonysága”*

### **HHV békéscsabai flyer**

2007. augusztus 6-ától augusztus 19-ig tartó időszakban volt érvényes. A flyerből 2007. augusztus 6-án és 7-én 144 000 példányt terjesztettek Békéscsabán és vonzáskörzetében.

3. oldalának alsó jobb bokszában található az alábbi hirdetés:

A hirdetés háttere piros. A hirdetési boksztban a termék fényképe található, melyre három fehér nyíl mutat. A három nyílon különböző mondatok találhatóak fekete betűkkel:

1. *„helyreállítja a szervezet ionháztartását”*
2. *„segít a betegségek megelőzésében”*
3. *„nincs mellékhatása”*

A nyílak alatt törlesztésre vonatkozó adatok olvashatóak: 6048.- x 10; 0.- saját erő

A fénykép alatt a termék ára található nagy fekete betűkkel: **54.990-**

Az ár alatt fehér betűkkel a termék neve, típusa: VIVAMAX syk-7 ionos testmégértelenítő

A bokszt alján:

*„Segíti a szervezetben lerakódott mérgeanyagok kiválasztását, erősíti az immunrendszert, csökkenti az allergiás reakciókat, aktiválja a szervezet öngyógyító folyamatait, növeli a vér oxigénszállító képességét, segíti megtisztulását, csökkenti a trombózis és agyvérzés veszélyét, segíti a sejtek egészséges egyensúlyának helyreállítását, növeli a kiválasztó szervek működésének hatékonyságát, elősegíti a súlyleadást és a narancsbőr eltüntetését, nyugtató, kiegyensúlyozó hatású, védi a szervezetet a nehézfémek okozta súlyos betegségek kialakulásától.”*

## **Budapesti Metro**

2007. június 29-étől július 1-jéig tartó időszakban volt érvényes. A hírlevélből 2007. június 29-én 200 000 példányt terjesztettek Budapesten és vonzáskörzetében.

2. oldalán egész oldalas hirdetés található:

A hirdetés háttére piros, melyen sárga színű tűzijáték minták láthatóak.

Az oldal jobb felső sarkában sárga ellipszis. Benne fekete betűkkel: ionos testmégértelenítő

Az oldal felső felén a termék fényképe található, melyre három sárga nyíl mutat. A három nyílon különböző mondatok találhatóak fekete betűkkel:

1. *„a felhalmozódott mérgeanyagok távoznak a szervezetből”*
2. *„helyreállítja a szervek egészséges működését”*
3. *„csökkenti a vércukorszintet”*

Az oldal közepén hatalmas betűkkel a termék ára található:

**54.990-**

Az ár alatt a termék neve és típusa olvasható:

**VIVAMAX syk-7 ionos testmégértelenítő.**

A hirdetés alján:

*„A készülék kivezeti a szervezetben felhalmozódott káros anyagokat (nehézfémek, toxinok, tartósító- és növényvédő szerek, gyógyszeripari hulladékok) ionos lábfürdő útján, a bőr kitisztul, az allergiás tünetek enyhülnek, a tüdőben lerakódott nikotin csökken, nő a fogyókúra hatékonysága”*

## **Vas Népe Szombathely**

A flyer 2007. december 14-én 58 000 példányban terjesztették Szombathelyen és vonzáskörzetében.

3. oldalának alsó bokszában található az alábbi hirdetés:

A hirdetés háttére piros. A hirdetési boksztban a termék fényképe található, melyre kettő fehér nyíl mutat. A két nyílon különböző mondatok találhatóak fekete betűkkel:

1. *„helyreállítja a szervek egészséges működését”*

2. „csökkenti a vércukorszintet”

A fénykép alatt a termék ára található nagy fekete betűkkel: **59.990-**

Az ár alatt fehér betűkkel a termék neve, típusa: VIVAMAX syk-7 ionos testméregtelenítő

A boksز alján:

*„A készülék kivezeti a szervezetben felhalmozódott káros anyagokat (nehézfémek, toxinok, tartósító- és növényvédő szerek, gyógyszeripari hulladékok) ionos lábfürdő útján, a bőr kitisztul, az allergiás tünetek enyhülnek, a tüdőben lerakódott nikotin csökken, nő a fogyókúra hatékonysága”*