



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL

---

## VERSENYTANÁCS

---

**Vj-070-053/2009.**

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a Stefán és Pázmándi Ügyvédi Iroda által képviselt **Update Magyarország Kereskedelmi és Szolgáltató Zrt.** (Budapest) ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt indított eljárásban - nyilvános tárgyaláson - meghozta az alábbi

### **határozatot**

A Versenytanács megállapítja, hogy az Update Magyarország Kereskedelmi és Szolgáltató Zrt. 2008 decembere és 2009 májusa között fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor egyes kommunikációs eszközeiben valótlan állításokat tett az Update péksüteményekkel kapcsolatban.

A Versenytanács megállapítja továbbá, hogy az Update Magyarország Kereskedelmi és Szolgáltató Zrt. 2009 februárja és májusa között akkor is fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor egyes kommunikációs eszközein az "Egészség Világdíj 2009, Norbi Update" feliratot szerepeltette.

A Versenytanács kötelezi az Update Magyarország Kereskedelmi és Szolgáltató Zrt.-t 3.000.000 Ft (Hárommillió forint) bírság megfizetésére, amelyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételi számla javára köteles megfizetni.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Bíróságnak címzett, de a Versenytanácsnál benyújtható vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel lehet kérni.

### **Indokolás**

1. A Gazdasági Versenyhivatal annak vizsgálatára indított eljárást az Update Magyarország Kereskedelmi és Szolgáltató Zrt. ellen, hogy az eljárás alá vont megsértette-e a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) rendelkezéseit egyes, fogyasztók számára közzétett kereskedelmi gyakorlataival, különös tekintettel arra, hogy

- a Norbi Update péksüteményekkel kapcsolatban (Norbi Update Pékség figyelemfelhívó felirat alatt) többek között azt közölte, „Fogyasztó sütemények? Nem álom!”, „Locarb, szénhidrátmentes protein és fehérrost mix és cukormentes gyártási

technológia segítségével készített (...)", „Csökkentett felszívódású szénhidrát tartalmú liszttel”,

- egyes kommunikációs eszközein feltüntette az „Egészség Világdíj 2009” feliratot,
- egyes kommunikációs eszközein a Magyar Cukorbetegség Országos Szövetsége (MACOSZ) logóját szerepeltette.

A vizsgálat kiterjesztésre került annak vizsgálatára is, hogy az eljárás alá vont fenti kereskedelmi gyakorlatával megsértette az élelmiszerláncról és hatósági felügyeletéről szóló 2008. évi XLVI. törvény (a továbbiakban: Éhf.) 10. §-ának (2) bekezdését.

## I.

### Az eljárás alá vont

2. A 2006-ban alapított eljárás alá vont (korábbi elnevezéssel: New Update Worldwide Kereskedelmi és Szolgáltató Zrt., Norbi Update Worldwide Kereskedelmi és Szolgáltató Zrt.). 100%-os tulajdonosa Schobert Ferenc Norbert.

3. Az eljárás alá vont nettó árbevétele a 2008. évben 228.144.000 Ft volt.

4. A Vj-80/2007. számú eljárásban hozott határozatában a Versenytanács – bírság kiszabása mellett – megállapította, hogy

- a korábban Norbi Fitness Kereskedelmi és Szolgáltató Kft., Norbi Wellness és Média Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. és Norbi.hu Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. név alatt működő Development Service Consulting Kft. a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást tanúsított a 2006. november 1-jétől 2007. március 26-ig internetes honlapján, illetőleg a Flyerz magazin 2006. december 14-20-i, 2007. január 4-10-i és 2007. január 11-17-i számában az „Update” életmódrendszer részét képező ételízesítővel, leveskockákkal összefüggésben közzétett tájékoztatásokkal,
- az eljárás alá vont a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított, amikor az általa 2007-ben kiadott, „Norbi Update – Minden, amit a fogyásról tudok” című könyvben tett közlések arról tájékoztatták a fogyasztókat, hogy az „Update” életmódrendszer „tudományosan alátámasztott”. A Versenytanács a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását a határozat kézhezvételétől számított 60 nap elteltével megtiltotta.

A Fővárosi Bíróság 11.K. 30.734/2008/8. számú elsőfokú ítéletében a határozattal szemben benyújtott keresetet elutasította. A Fővárosi Ítéletábrla 2.Kf. 27.224/2009/5. számú másodfokú ítéletében az elsőfokú bíróság ítéletét helybenhagyta.

## II. Az eljárás alá vont vizsgált magatartása

### *Az Update péksüteményekkel kapcsolatos egyes állítások*

5. Magyarországon sokakat érint az elhízás. Az elhízás elterjedtsége miatt számos olyan termék, szolgáltatás jelent meg, amellyel kapcsolatban a vállalkozások a testsúly megtartását, illetve csökkenését ígérik.

6. Amint az a Vj-80/2007. számú eljárásból ismert, az „Update életmódrendszer” annak létrehozója, Schobert Norbert meghatározása szerint három fő pillérből áll:

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

A helyes táplálkozás keretén belül az „Update életmódrendszer” három csoportra osztja fel az alapanyagokat, azzal, hogy kezdetben az élelmiszerek kalória- és szénhidrát-tartalmuk, 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 szénhidrát-tartalom, 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.

7. Az eljárás alá vont az Update péksütemények forgalmazására franchise-rendszert hozott létre. A franchise-díjkból származó (üzleti titoknak minősülő) árbevételt a Vj-70-012/2009. számú irat 25. számú melléklete tartalmazza.

Az első Update péksüteményeket árusító üzlet 2008 decemberében nyílt meg. 2009 májusának végéig országszerte 37, franchise rendszerben működő üzlet kezdte meg működését. Az eljárás alá vont által megkötött franchise szerződések egyebek között rögzítik,

- az átvevő az átadó által rendelkezésre bocsátott marketing eszközminták igénybevételével, a mintákkal azonos megjelenésű hirdetésekkel, szóróanyagokkal, helyi médiakampánnyal, egyéb reklámhordozókkal, stb. végezhet marketingtevékenységet,
- az átvevő vállalja, hogy a franchise rendszer egységes arculatának megőrzése és harmonikus fejlesztése érdekében kizárólag az átadó előzetes jóváhagyásával végez konkrét promóciós, illetve reklámtevékenységet,
- az átvevőnek lehetősége van arra, hogy egyéni akciót szervezzen, ehhez azonban minden esetben szükséges az átadó előzetes írásbeli hozzájárulása.

8. Az Update péksüteményeket árusító üzletek részére (az Update Logisztikai Kft., illetve 2009 áprilisától az Update Nagykereskedelmi és Webáruház Kft. logisztikai közreműködésével) 2008 decemberétől kezdődően három vállalkozás szállította a péksüteményeket fagyasztott, félkész formában.:

- a 2009. április 22-ig a H. Kft.,
- 2009. április 22-től 2009. július 3-ig a T. Kft.,
- 2009. július 3. után az M. Kft.

9. Figyelemmel az eljárásban vizsgált kommunikációs eszközök alkalmazásának időpontjára, jelen eljárásban elsősorban a H. Kft. és a T. Kft. által készített péksütemények tulajdonságai bírnak jelentőséggel (az eljárás alá vont és a H. Kft. mint beszállító között 2007. december 31-én létrejött együttműködési szerződést a Vj-70-042/2009. számú irat 1. számú melléklete és a Vj-70-043/2009. számú irat 21. számú melléklete, a szerződés 2008. március 3-i módosítását a Vj-70-042/2009. számú irat 2. számú melléklete és a Vj-70-043/2009. számú irat 21. számú melléklete tartalmazza; az eljárás alá vont és az F. Kft. mint gyártó között 2007. november 12-én létrejött együttműködési szerződést a Vj-70-012/2009. számú irat 18. számú melléklete és a Vj-70-043/2009. számú irat 1. számú melléklete, a szerződés 2009. március 12-i módosítását a Vj-70-012/2009. számú irat 20. számú melléklete és a Vj-70-043/2009. számú irat 2. számú melléklete foglalja magában).

10. A H. Kft. által 2009. április 22-ig szállított péksütemények köre a H. Kft. adatszolgáltatásából (Vj-70-042/2009.) ismert.

11. A T. Kft. által a 2009. április 22. és 2009. július 3. közötti időszakban gyártott péksütemények köre a T. Kft. adatszolgáltatásából (Vj-70-014/2009.) ismert.

12. Az Update péksütemények gyártói a normál búzaliszt mellett Lo-Carb Choice süteménylisztkeveréket használnak fel. Ezen lisztkeverék jelentős mennyiségű polidextróz tartalommal bír, amely egy alacsony energiatartalmú, nem-emészhető szénhidrát. A LoCarb Choice Grade 1. Cake lisztkeverék gyártmánylapjából (Vj-70-005/2009. 4. számú melléklet) megállapíthatóan 100 g termékekben 32,4% a szénhidrát. A 32,4%-ból 28,7% polydextóz (nem felszívódó szénhidrát), 3,7% felszívódó szénhidrát.

Az Update péksütemények gyártása során a lisztkeveréket 50-50%-ban hagyományos liszttel keverik. A Vj-80/2007. számú ügyből ismert, hogy a búzaliszt felszívódó szénhidrát-tartalma 69,4-70,93 gramm. Az így nyert nyersanyag az Abomill update süteményliszt, amely esetén az Országos Élelmezés- és Táplálkozástudományi Intézet (a továbbiakban: OÉTI) vizsgálati jegyzőkönyve szerint a szénhidrát tartalom  $43,5 \text{ g}/100 \text{ g} \pm 10\%$  (Vj-70-027/2009.).

13. Az OÉTI a Gazdasági Versenyhivatal jelen eljárásban tett megkeresésére ismertette (Vj-70-017/2009.), hogy ha a polidextróz felhasználásával összeállított lisztkeverékek és az ebből készült élelmiszerek energiatartalma minimum 30%-kal alacsonyabb, mint a vele összehasonlítható, hagyományos termékeké, akkor az adott készítmény, mint csökkentett energiatartalmú élelmiszer felhasználható a testtömeg-csökkentő diétában.

14. Az eljárás alá vont az Update péksütemények kapcsán egyebek között az alábbi állításokat tette az általa alkalmazott kommunikációs eszközökben [a kommunikációs eszközök részletes ismertetését a vizsgálati jelentés (Vj-70-035/2009.) mellékletei tartalmazzák]:

Kommunikációs eszköz	Állítás
<i>Az Update péksütemények testsúlycsökkentő és testsúlymegőrző hatására vonatkozó állítások</i>	
1. Blikk Nők 2009. március 11. (Vj-70-018/2009.)	„Az Update kenyér .... Ez lényegesen kedvezőbb a fogyás és súlytartás szempontjából. Mi vacsorára is esszük.” „Fogyókúrázóknak”
2. Blikk Nők 2009. április 1. (Vj-70-018/2009.)	„Fogyókúrázóknak”
3. Blikk Nők 2009. április 29. (Vj-70-018/2009.)	„A Norbi Update-termékekkel megkönnyíthető a fogyókúra: így nem kell lemondania a péksüteményekről, az édességekről, mert mindegyik csökkentett szénhidrát-tartalmú, és cukor hozzáadása nélkül készült
4. Bors 2009. május 22. (Vj-70-016/2009.)	A „H.P.G. 27 kilót fogyott le Norbival” című cikkhez kapcsolódóan az Update pékségek listája, a hirdetésben utalva arra, hogy „azóta is tartja a súlyát, továbbra is az Update rendszer szerint táplálkozik”
5. Bors 2009. május 29. (Vj-70-016/2009.)	Az „István 71 kilót fogyott” című cikkhez kapcsolódóan a Hősök tornája rendezvényre utalás, ahol Update péksütemények kóstolója lesz
6. Üzletek korábbi arculata/portál (Vj-70-044/2009. 3/10., 4/10., 5/5., 5/6.)	„Fogyókúrázóknak”
	„Vétkezz büntetlenül”
	„Fogyasztó sütemények? Nem álom!”
	„Saláta vagy kakaós csiga? Mától mehet mindkettő, akár este, a tévé előtt is!”
7. Üzletek arculata / megállítótábla 2009. április 10. – május 31. (Vj-70-044/2009. 9/3.)	„Büntetlen élvezet a nap minden szakában”
	„Új dimenzió az alakjukat óvó, fogyni vágyó sorstársaknak”
	„Többé nem szenvedés a fogyás”
	„A karcúság egészség”
8. Üzletek arculata / megállítótábla 2009. március 1-jéig (Vj-70-027/2009., Vj-70-044/2009. 6/24.)	„Fogyj sütivel”
	„Élvezet büntület nélkül”
	„Büntetlen finomságok”
	„Fogyókúrázóknak”
9. Üzletek arculata / megállítótábla 2009. januártól (Vj-70-044/2009. 8/11.)	„Fogyókúrázóknak”
	„Büntetlen finomságok”
10. Üzletek arculata/roll (Vj-70-044/2009. 8/11.)	„Fogyókúrázóknak”
11. Üzletek arculata/ B1-es plakát 2009. januártól (Vj-70-027/2009., Vj-70-044/2009. 8/6.)	„A karcúság egészség”
12. Üzletek arculata / szórólap 2009. áprilistól (Vj-70-044/2009. 8/3-4.)	„Fogyasztó sütemények? Nem álom!”
	„Saláta vagy kakaós csiga? Mától mehet mindkettő, akár este, a tévé előtt is!”
	„Büntetlen élvezet a nap minden szakában”
	„Új dimenzió az alakjukat óvó, fogyni vágyó sorstársaknak”
	„Többé nem szenvedés a fogyás”

13. <a href="http://www.norbi.hu/Update">www.norbi.hu/Update</a> péksütemény Norbitól! (Vj-70-029/2009.)	„Aki kipróbálja az Update péksüteményeket, rájön, hogy nincsen létjogosultsága a drasztikus fogyókúrának, önkínzó testsúlycsökkentő böjtöknek”
	„Az Update péksüteményeket nyugodtan megetheti bárki, hogy este egy nagy pohár sovány tejjel és néhány almás és túros réteszel megy a tévé elé, mert tudja, hogy nem hizlalnak, és reggel ugyanolyan karcsún ébred, mintha pár szem almát rágesált volna el.”
14. <a href="http://www.norbi.hu/nyitnak">www.norbi.hu/nyitnak</a> az Update pékségek (Vj-70-022/2009.)	„K. 65 kg mínusnál jár, E. 40-nél, én pedig az elmúlt az elmúlt versenyre másfél hét alatt fogytam majdnem öt kilót, és ha hiszitek, hanem, ilyeneket ettem”
	„kb. 15-20-szor jobban fogyaszt, mint bármely teljes kiőrlésű, vagy egyéb ilyen cukormentes készítmény”
	„büntetlen kakaócsiga? Büntetlen lekváros batyu, táska, sütemények, sós süti, pogácsa?”
	„azoknak ajánlom, akik hízikonyak vagy fogyni szeretnének, nagyon nagy dolog, hogy este vacsorázhathatunk a káposztasaláta helyett kakaócsigát, vagy túros batyut”
	„akik fogyni szeretnének” „áruljunk karcsúságot”
15. <a href="http://www.norbi.hu">www.norbi.hu</a> /Norbi és Réka sajtótájékoztatója (Vj-70-029/2009.)	„Cs.K. 20 kg-ot fogyott az Update péksüti segítségével”
	„Cs.K. a süttikkel az elmúlt hónapokban 20 kilót fogyott”

16. Hősök tornája 2009. május 23., szórólap (Vj-70-044/2009. 9/4.)	„Fogyasztó sütemények? Nem álom!”
	„Saláta vagy kakaós csiga? Mától mehet mindkettő, akár este, a tévé előtt is!”
	„Büntetlen élvezet a nap minden szakában”
	„Új dimenzió az alakjukat óvó, fogyni vágyó sorstársaknak”
	„Többé nem szenvedés a fogyás”
17. Hősök tornája 2009. május 23., roll (Vj-70-044/2009. 9/6.)	„fogyókúrázóknak”
18. Update nejlon 2009. április (Vj-70-044/2009. 9/1.)	„fogyókúrázóknak”
	„fogyókúra finomságok”
<i>A LoCarb Choice lisztkeverék összetételére és felhasználására vonatkozó állítások</i>	
19. Blikk Nők, 2009. március 11.	„az Update kenyér és péksütemények nem teljes kiőrlésű liszttel, hanem 95%-nyi szénhidrátmentes növényi fehérje- és fehérrost-mix hozzáadásával készülnek”
	„szénhidrát mentes lisztből”
20. Blikk Nők, 2009. április 29.	„mindegyik csökkentett szénhidrát-tartalmú”
21. Blikk Nők 2009. április 1.	„95 % szénhidrátmentes lisztből”
22. Üzletek arculata / portál (Vj-70-044/2009. 3/6., 43/6., 4/9., 5/6.)	„Friss pékáru szénhidrátmentes lisztből”
23. Üzletek arculata / megállítótábla 2009. március 1-ig (Vj-70-044/2009. 6/24.)	„LoCarb 95 % szénhidrátmentes lisztből”
24. Üzletek arculata 2009. április 10-től (Vj-70-044/2009. 9/3.)	„Locarb, szénhidrátmentes protein mix”

25. Üzletek arculata / megállítótábla 2009. januártól (Vj-70-044/2009. 8/10.)	„szénhidrátcsökkentett lisztből”
26. Üzletek arculata / roll (Vj-70-044/2009. 8/11.)	„szénhidrátcsökkentett lisztből”
27. <a href="http://www.norbi.hu">www.norbi.hu</a> / nyitnak az Update pékségek (Vj-70-022/2009. 8/3-4.)	„LoCarb 95% szénhidrátmentes fehérlisztkeverék”
28. Hősök tornája 2009. május 23., szórólap (Vj-70-044/2009. 9/4-5.)	„95 % LoCarb, szénhidrátcsökkentett, protein és fehérrost mix”
29. Hősök tornája 2009. május 23., roll (Vj-70-044/2009. 9/6.)	„szénhidrátcsökkentett lisztből”
30. Update nejlón, 2009. április (Vj-70-044/2009. 9/1.)	„szénhidrátcsökkentett lisztből”
<i>Az Update péksütemények szénhidrát tartalmára vonatkozó állítások</i>	
31. Üzletek arculata / szórólap (Vj-70-044/2009. 8/3-4.)	„Update 1 Norbi pékség választéka 15-25 % felszívódó szénhidrát”
32. Hősök tornája rendezvény, 2009. május 23., szórólap (Vj-70-044/2009. 9/4.)	„Update 1 Norbi pékség választéka 15-25 % felszívódó szénhidrát”
33. <a href="http://www.norbi.hu">www.norbi.hu</a> / nyitnak az Update pékségek (Vj-70-022/2009.)	„80 % szénhidrát csökkentve állítunk elő több, mint 14 fajta süteményt” „kb. 15-20-szor jobban fogyaszta, mint bármely teljes kiőrlésű, vagy egyéb ilyen cukormentes készítmény. Hiszen a liszt segítségével a szénhidrátoknak több, mint 75 %-át kivonjuk”
<i>Az Update péksütemények hozzáadott cukortartalmára vonatkozó állítások</i>	
34. Blikk Nők, 2009. március 11. (Vj-70-018/2009.)	„hozzáadott cukor nélküli termékek”
35. Blikk Nők, 2009. március 18. (Vj-70-018/2009.)	„nem tartalmaz hozzáadott cukrot”
36. Blikk Nők, 2009. április 1. (Vj-70-018/2009.)	„nincs bennük hozzáadott cukor” „hozzáadott cukor nélkül”
37. Blikk Nők, 2009. április 29. (Vj-70-018/2009.)	„cukor hozzáadása nélkül”
38. Üzletek arculata / portál (Vj-70-044/2009. 4/1., 5/6.)	„hozzáadott cukor nélküli termékek”
39. Üzletek arculata / megállítótábla, 2009. április 10-től (Vj-70-044/2009. 9/3.)	„cukormentes gyártási technológia” „cukormentes péksütemények”
40. Üzletek arculata / szórólap (Vj-70-044/2009. 8/3-4.)	„cukormentes gyártási technológia”
41. Üzletek arculata / megállítótábla, 2009. januártól (Vj-70-044/2009. 8/10.)	„hozzáadott cukor nélküli termékek”
42. Üzletek arculata / szórólap (Vj-70-044/2009. 8/3-4.)	„cukormentes gyártási technológia”
43. Üzletek arculata / roll (Vj-70-044/2009. 8/11.)	„hozzáadott cukor nélküli termékek”
44. <a href="http://www.norbi.hu">www.norbi.hu</a> / Update péksütemény –Norbitól! (Vj-70-029/2009.)	„nem adnak hozzá cukrot”

45. <a href="http://www.norbi.hu">www.norbi.hu</a> / nyitnak az Update pékségek (Vj-70-022/2009.)	„cukormentesen”
46. Hősök tornája 2009. május 23., szórólap (Vj-70-044/2009. 9/4.)	„cukormentes gyártási technológia”
47. Hősök tornája 2009. május 23., roll (Vj-70-044/2009. 9/6.)	„hozzáadott cukor nélküli termékek”
48. Update nejlón, 2009. április (Vj-70-044/2009. 9/1.)	„hozzáadott cukor nélküli termékek”

## A „DrNatura Egészség Világdíj 2009”

15. A DrNatura termékeket forgalmazó Alaven Consumer Healthcare Inc. amerikai vállalkozás 2009-ben vezette be az ún. DrNatura Egészség Világdíjat (DrNatura Global Health Award). A vállalkozás amerikai honlapján elhelyezett tájékoztatás (Vj-70-006/2009. 2. számú melléklet) szerint a díjat minden évben más egészséggel foglalkozó személy kapja.

16. Első alkalommal Schobert Norbert részére került odaítélésre a díj, aki ezzel kapcsolatban az első megkeresést 2009. február 27-én kapta (Vj-70-006/2009.). A díjat 2009. március 9-én vette át. A díjjal járó, 2009. március 9-i oklevél (Vj-70-006/2009. 1. számú melléklet) az alábbiakat tartalmazza:

Schobert Norbert Úr,

Miután alaposan megvizsgáltunk több jelöltet, Önt választottuk a DrNatura Global Health Award 2009-re. Az Ön tevékenységét és élettörténetét találtuk leginkább inspirálónak és hitelesnek. Ön életének mélypontjáról lett sikeres. A semmiből kezdett, senki nem segítette és támogatta. Meg nem alkuvó hozzáállásával nagyon sok ember életét megváltoztatta, azáltal, hogy a mozgás, az egészséges táplálkozás fontosságát hirdeti. Az egészséges életmód terjesztésénél talán nincs is fontosabb tevékenység ebben a mai korban, különösen Magyarországon.

Gratulálunk! Büszkék vagyunk arra, hogy kitüntethetjük Önt és hogy hirdethetjük, hogy mennyi embernek segített.

17. Az eljárás alá vont az alábbi általa alkalmazott kommunikációs eszközökön szerepeltette az „Egészség Világdíj 2009, Norbi Update” feliratot:

- Üzletek arculata / megállítótábla, 2009. február 15-től (Vj-70-044/2009. 8/10.)
- Üzletek arculata / roll, 2009. február 15-től (Vj-70-044/2009. 8/11.)
- Üzletek arculata / B1-es központi plakát, 2009. február 15-től (Vj-70-027/2009., Vj-70-044/2009. 8/6.)
- Blikk Nők 2009. április 15. (Vj-70-018/2009.)
- Blikk Nők 2009. április 22. (Vj-70-018/2009.)
- Blikk Nők 2009. április 29. (Vj-70-018/2009.)
- Blikk Nők 2009. május 6. (Vj-70-018/2009.)
- Blikk Nők 2009. május 13. (Vj-70-018/2009.)
- Üzletek arculata / szórólap, 2009. áprilistól (Vj-70-044/2009. 8/3-4.)
- Óriásplakát, 2009. április (Vj-70-012/2009. 16-17.)
- Update nejlón, 2009. április (Vj-70-044/2009. 9/1.)
- Hősök tornája 2009. május 23., roll (Vj-70-044/2009. 9/6.)



## A Magyar Cukorbeteg Országos Szövetsége logójának, ajánlásának szerepeltetése

18. A cukorbetegek száma Magyarországon kb. 300.000-re tehető. A cukorbetegek speciális étrendjébe illeszthetők be a diabetikus készítmények, amelyeket számos vállalkozás kínál a fogyasztóknak. Az ezen termékekre vonatkozó követelményeket a különleges táplálkozási célú élelmiszerekről szóló 36/2004. (IV.26.) EszCsM rendelet határozza meg.

19. A különleges táplálkozási célú élelmiszerekről szóló 36/2004. (IV.26.) EszCsM rendelet előírásait a Magyarországon forgalomba hozatalra szánt azon élelmiszerekre kell alkalmazni, amelyek különleges összetételük vagy az előállításuk során alkalmazott különleges eljárás következtében megfelelnek a meghatározott táplálkozási céloknak, egyértelműen megkülönböztethetők az általános közfogyasztásra készült élelmiszerektől, s az erre való alkalmasságuk egyértelműen kifejezésre jut jelölésük, forgalomba hozataluk során.

A rendelet 1. §-a (2) bekezdésének a) pontja értelmében a különleges élelmiszerek ki kell elégítenie az olyan fogyasztók speciális táplálkozási igényeit,

- akik emésztési vagy anyagcserezavarban szenvednek,
- akiknek sajátos élettani állapotuk miatt bizonyos anyagok ellenőrzött mértékben történő fogyasztása előnyös.

A rendelet 2. §-ának (1) bekezdése értelmében a „diétás élelmiszer” megnevezés az 1. § (2) bekezdés a) pontja szerinti élelmiszerek esetében használható. A (2) bekezdés szerint az általános közfogyasztásra készült élelmiszer jelölése, megjelenítése és reklámozása során tilos

- a diétás jelzőt önmagában vagy más szavakkal összekapcsolva használni,
- bármely más jelölést vagy megjelenítést alkalmazni, amely arra utal, hogy a termék különleges élelmiszereknek minősül.

A (3) bekezdés szerint ha az általános közfogyasztásra készült élelmiszer valamely különleges táplálkozási cél kielégítésére alkalmas, akkor a különleges élelmiszerré minősítés érdekében a 13. § szerint kell eljárni.

A 8. § (1) bekezdése alapján a szénhidrát anyagcserezavarokban szenvedők (cukorbetegek) számára készült diabetikus élelmiszerek nem bejelentés kötelesek.

A cukorbetegeknek szánt élelmiszereknek meg kell felelnie a 1. számú mellékletének I.B.2. pontjában foglalt követelményeknek. Szénhidrát anyagcserezavarokban szenvedők számára készült diabetikus élelmiszereknek minősül az az élelmiszer,

- amelynek szénhidrát-tartalma sütő- és tésztaipari készítményeknél legalább 30%-kal, egyéb élelmiszereknél legalább 50%-kal alacsonyabb, mint a vele összehasonlítható hagyományos élelmiszeré,
- hozzáadott mono- és diszaharidot, vagy ilyen tartalmú anyagot nem tartalmazhatnak és természetes mono- és diszaharid-tartalmuk legfeljebb 3 % lehet,
- azzal, hogy a fentiek a fruktózra nem vonatkoznak.

20. Az eljárás alá vont és a Magyar Cukorbeteg Országos Szövetsége (a továbbiakban: MACOSZ) 2008. május 28-án együttműködési szerződést kötött, egyebek között kimondva, hogy

- a szerződő felek megállapodtak abban, hogy a szerződés fennállása alatt az Update Zrt. jogosult az Update alapelvek szerint készült termékeken, illetve az azok csomagolásán feltüntetni a MACOSZ logóját, illetve a „MACOSZ ajánlásával készült” szlogent, továbbá a felek által előre egyeztetett szövegeket,
- a MACOSZ kifejezett hozzájárulását adta ahhoz, hogy a szerződés fennállása alatt az Update Zrt. az Update termékek, illetve az Update életmódszerek reklámozása

céljából akár a médiában, akár marketing anyagain, illetve egyéb helyeken a termékekkel együtt feltüntesse a logót és a szlogeneket.

21. Az eljárás alá vont becsatolta az OÉTI-nek a MACOSZ logójának használatával kapcsolatos, 2008. július 28-i keltezésű állásfoglalását (Vj-70-005/2009. 2. számú melléklet), amely szerint

az élelmiszerekkel kapcsolatos tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó állításokról szóló 1924/2006/EK rendelet 12. cikk c) pontja értelmében a MACOSZ ajánlására az élelmiszerekkel kapcsolatos kereskedelmi kommunikáció (pl. élelmiszer jelölés, reklám, hirdetés) során nem lehet hivatkozni, mivel az nem orvosi, táplálkozástudományi, vagy dietetikus szakemberek nemzeti egyesülete és nem egészségügyi jótékonyági intézmény.

A bemutatott logó sem grafikailag, sem szöveges formában nem tartalmaz ajánlást, így használata nem kifogásolható azon termékeken, amelyek fogyasztásra kész formában tápanyag-összetételüket tekintve megfelelnek a különleges táplálkozási célú élelmiszerekről szóló 36/2004. (IV.26.) EszCsM rendelet előírásainak, különös tekintettel a rendelet 1. sz. melléklete szerinti szénhidrát anyagcsere zavarakban szenvedők számára készült diabetikus élelmiszerekre. E feltételeknek való megfelelés azért szükséges, mert a szóban forgó logó már önmagában azt a képzetet keltheti a fogyasztóban, hogy a termék cukorbetegnek készült.

22. Az eljárás alá vont az alábbi általa alkalmazott kommunikációs eszközökben tüntette fel a MACOSZ logót, illetve szerepeltette a MACOSZ ajánlását:

1. Üzletek arculata/ megállítótábla, 2009. március 1-ig (Vj-70-027/2009., Vj-70-044/2009. 6/24.)	MACOSZ logó
2. Üzletek arculata / megállítótábla, 2009. januártól (Vj-70-044/2009. 8/11.)	MACOSZ logó
3. Üzletek arculata / roll (Vj-70-044/2009. 8/11.)	MACOSZ logó és „ajánlásával” szöveg
4. Üzletek arculata / B1-es plakát 2009. február 15-től 2009. április 30-ig (Vj-70-044/2009. 8/11.)	MACOSZ logó
5. Óriásplakát, 2009. április (Vj-70-012/2009. 16-17.)	MACOSZ logó és „ajánlásával” szöveg
6. <a href="http://www.norbi.hu/">www.norbi.hu/</a> nyitnak az Update pékségek (Vj-70-022/2009.)	„a Magyar Cukorbeteg Országos Egyesülete is ajánlja”

23. Az eljárás alá vont az általa alkalmazott kommunikációs eszközökben a fentiekén túl az alábbiak szerint ajánlotta az Update péksüteményeket cukorbeteg számára:

1. Blikk Nők, 2009. március 11., 2009. április 1. (Vj-70-018/2009.)	„cukorbetegnek”
2. Üzletek arculata/portál	„cukorbetegnek”
3. Üzletek arculata / megállítótábla, 2009. április 10-től	„cukorbeteg sorstársaknak” „cukorbetegnek”
4. Üzletek arculata / szórólap	„cukorbeteg sorstársaknak, cukorbetegnek”
5. Üzletek arculata / portál	„cukorbetegnek”
6. Üzletek arculata / megállítótábla, 2009. januártól	„cukorbetegnek”
7. Üzletek arculata / roll	„cukorbetegnek”
8. <a href="http://www.norbi.hu/">www.norbi.hu/</a> nyitnak az Update pékségek (Vj-70-022/2009.)	„cukorbeteg” „több, mint diabetikus süti”

9. Hősök tornája 2009. május 23., szórólap (Vj-70-044/2009. 9/4.)	„cukorbeteg sorstársaknak”
10. Hősök tornája 2009. május 23. roll (Vj-70-044/2009. 9/6.)	„cukorbetegeknek”
11. Update nejlön, 2009. április, darab (Vj-70-044/2009. 9/1.)	„cukorbetegeknek”

### III.

#### Az eljárás alá vont előadása

24. Az eljárás alá vont az Update péksüteményekkel kapcsolatos állítások vonatkozásában az eljárás során előadta,

- az Update pékségek, illetve péksütemények népszerűsítését szolgáló kommunikációs eszközök tervezésénél folyamatosan és mindenre kiterjedően dietetikus szakember bevonásával törekedett arra, hogy az üzenetek táplálkozástudományi alátámasztottsága megfelelő legyen,
- a Norbi Update termékek azt a „többletjelentést” hordozzák, hogy a tőlük várt hatást az életmódrendszerbe illesztve, komplex módon érhetik el a fogyasztók. A Gazdasági Versenyhivatal következetes gyakorlata szerint a fogyasztói döntéshozatali mechanizmus egész folyamatát vizsgálja. Az Update rendszerbe integrált áruk ésszerűen mérlegelő átlagfogyasztóinak többsége értelemeszerűen a komplex életmódrendszerbe integrálódó (aszerint gyártott, „besorolt” és forgalmazott) termékek mellett dönt, azaz a termékek fogyasztásától nem vár önálló, a rendszerből kiszakított fogyasztási helyzetben (zsiros ételek, és mozgás nélküli életmód mellett) önmagában súlycsökkentő, fogyasztó hatást,
- a „fogyasztó” kitétel a kommunikációs eszközökben kérdőmondatban szerepel, megerősítve, hogy az ilyen kijelentéseket kételkedve kell fogadni. Ezt az értelmezést erősíti az is, hogy a „fogyasztó” jelző és a „süti” főnév egymáshoz rendelése - a szavak általános jelentése szerinti értelmezésbeli „távolsága”, idegensége (egymásra való értelmezhetetlensége, ellentmondása) miatt – éppen az állítás primér jelentésének valószínűtlenségét hangsúlyozza, s arra hívja fel a figyelmet, hogy a fogyasztónak a kijelentést ez esetben a szokásostól eltérően kell értelmeznie; a jelentés (a mögöttes, részletes tájékoztatásokban megjelenő) magyarázatra szorul. A kereskedelmi kommunikációs eszközökön a szlogent követő hosszabb szöveges részek mindig fel is oldják a szlogen feszültségét, és a fogyasztói várakozást, a fogyasztói figyelmet a komplex rendszerbe illesztett, speciális áru tulajdonságra terelik. A „szénhidrát csökkentett” péksütemény lisztkeverék döntően nem felszívódó szénhidrátot tartalmazó lisztből készül, amelynek leegyszerűsített, de eszerint értelmezhető nyelvi szöveges változata jelenik meg a pékségek javított arculatának anyagain, és az egyéb kommunikációs felületeken. A „fogyasztó süti” így az ésszerűen mérlegelő fogyasztó számára a „fogyókúrába illeszthető”, illetve a „súlyvesztést célzó étrendbe is illeszthető” jelentéstartalmat hordozza,
- az Update péksütemények a testsúlyukra érzékeny fogyasztók számára biztosítják, hogy az ilyen termékeknek a hagyományos megfelelőjüknél jóval nagyobb mértékben való fogyasztása mellett is eredményesen folytassanak testsúly csökkentését vagy megtartását célzó életmódot. A testsúly csökkentésére irányuló diéták, vagy a testtömeg tudatos életmód esetén ismert és igazolt tény, hogy annak során lényeges, hogy a felszívódó szénhidrát bevitelt kell csökkenteni. A diétás kezelés lényege a csökkentett energiabevitel, a negatív energiamérleg elérése, amikor a nyugalmi anyagcsere és a mozgással felhasznált energia együtt nagyobb, mint a táplálékkal elfogyasztott energia,

- az árunak a kereskedelmi kommunikációban megjelenő várható hatása („fogyasztó” hatás, „büntetlenül fogyasztható” stb.) az Update rendszeren belül a péksütemények azon tulajdonságát hivatottak közvetíteni, hogy az „Update 1” besorolású termékek a rendszeren belül a nap bármely szakaszában fogyaszthatók, a fogyasztónak ugyanakkor nem a kell számolnia szokott hatással, azaz adott esetben a szénhidrátban gazdag étrendből következő hatással, így a valószínű súlynövekedéssel. A lényege, hogy az életmódrendszeren belül az ilyen besorolású termékek következetes, az életmódrendszer elvei szerinti fogyasztásával súlycsökkenés érhető el, az ilyen termékekre korlátozott fogyasztói választás az „elkötelezett súlyvesztő” fogyasztóknak ajánlható. Az Update pillérekre és azok összefüggéseire vonatkozó tájékoztatás, a termékek és a módszer elválaszthatatlan összefüggéseinek hangsúlyozása a kereskedelmi kommunikációjában nagyon hangsúlyos szerepet kap, amely lényegében minden olyan helyen (helyszínen) megjelenik, mint a vizsgálat alá vont kommunikációs eszközök,
- a grafikai tervezés során az „Update” kifejezés és logó, a „Norbi” kifejezés, valamint Schobert Norbert és Rubint Réka képmása az üzenetek vezérmotívuma, azaz a kereskedelmi kommunikációban az életmódrendszer rendszerjellege és a termékeknek az abba való integráltságának hangsúlyozása elsődleges, lényeges árutulajdonságra utaló üzenet, a kifogásolt szöveges elemek a háttérben, kisebb hatóerővel jelennek meg,
- az „Update Norbi Pékség választéka 15-25% felszívódó szénhidrát” és a „80% szénhidrátcsökkentve állítunk elő több, mint 14 fajta süteményt” állítások kapcsán kiemelendő, hogy egy hagyományos sütemény szénhidrát tartalmának 98%-a felszívódó szénhidrát, a maradék 2% általában nem felszívódó, mert ezek általában élelmi rostok. Az Update péksüteményeket általában teljes kiőrlésű lisztből készítik, s a cukor helyett mesterséges édesítőszeret és fruktózt használnak fel, s emiatt csökken a felszívódó szénhidrát tartalom. Az „Update Norbi Pékség választékában szereplő péksütemények felszívódó szénhidrát tartalma 15-25% körül van a fel nem szívódó polidextróz tartalom miatt,
- a „kb. 15-20-szor jobban fogyaszt, mint bármely teljes kiőrlésű vagy egyéb készítmény, hiszen a liszt segítségével a szénhidrátoknak több, mint 75%-át kivonjuk” állítás esetében hangsúlyozandó, hogy a fogyókúra étrendekbe általában a teljes kiőrlésű lisztből készült ételeket javasolják, viszont az Update péksütemények alacsony felszívódó szénhidrát tartalmú alapanyagból készülnek, amelynek rost tartalma magasabb, mint a teljes kiőrlésű készítményeké, és a rostokat a szervezet nem tudja megemészteni,
- az Update péksütemények szénhidrát tartalmuk és összetételük alapján alkalmasak arra, hogy az olyan fogyasztók, akik számára a testtömeg csökkentés, vagy a testtömeg szinten tartása kedvező, kívánatos élettani törekvés, eredményesen „válthassák fel” a hagyományos péksüteményeket. Az ilyen fogyasztók számára előnyös, hogy - sajátos élettani állapotok (pl. túlsúly) miatt - bizonyos anyagok, hangsúlyosan a felszívódó szénhidrátok fogyasztása ellenőrzött mértékben történjen. Az Update péksütemények szénhidrát tulajdonságai megfelelnek a különleges táplálkozási célú élelmiszerekről szóló 36/2004. (IV. 26.) EszCsM rendelet 1. számú mellékletének 2/a. pontjában előírt feltételeknek. A rendelet 1. számú mellékletének 2/c. pontjában írt feltételek a termékek gyártmánylapjából ellenőrizhetőek, a rendelet szerinti bontásban azonban az adatok nem állnak rendelkezésre. Külön összehasonlító vizsgálatot ezért e vonatkozásban eddig nem végzett,
- a vállalkozás mögött álló személyek (Schobert Norbert és Rubint Réka) emblematikus, közismert, az ilyen kérdések iránt különösen érzékeny vagy érzékenységet mutató, érdeklődő fogyasztók számára vitán felül ismertségre számot tartó személyiségek. Ez igaz az Update életmódrészert elismerő, azt követő, vagy

azzal csupán „szimpatizáló”, elfogadó fogyasztók mellett az azt esetleg kifejezetten ellenző, vagy azzal szemben szkeptikus, elforduló fogyasztókra is,

- az eljárás alá vont gazdasági, egyben profitorientált piaci szereplő, azonban az Update életmódrendszer és az annak népszerűsítését szolgáló tevékenység társadalmi hasznossága is elvitathatatlan. A vállalkozás - profilja által is közvetítetten - különös felelősséggel kíván viseltetni a fogyasztói iránt, így a társadalmi felelősségvállaláshoz kapcsolt határozott elképzelései, és hitvallása mentén elkötelezett híve, és aktív szerepvállalója kíván lenni a fogyasztók manipulációtól mentes, pontos és felelős tájékoztatásának.

25. Az eljárás alá vont a „DrNatura Egészség Világdíj 2009” vonatkozásában előadta,

- az „Egészség Világdíj 2009” díjat az Update rendszer kidolgozójaként és alkalmazójaként ismert Schobert Norbert a rendszerre, annak sikerességére tekintettel vette át 2009 márciusában. A díj alapítója az egészségtudatos fogyasztói magatartást „zászlójára tűző” sikeres (azaz a társadalmi értéket hordozó mondanivalót sikerrel népszerűsítő) vállalkozások elismeréseként adományozza a díjat,
- a díj valóságos, Schobert Norbertet és az Update életmódrendszert illető elismerés, így annak feltüntetése a rendszer integráns részeként gyártott és forgalmazott termékeken nem alkalmas arra, hogy megtévessze a fogyasztót, különös tekintettel arra, hogy
  - az Update rendszer részeként forgalmazott termékek fogyasztói döntően az Update életmód rendszert (legalább nagyvonalaiában, de nagy számban azt részleteiben is) ismerő, a rendszer által közvetített szellemiséget, értékeket, módszereket elismerő, magatartásukban azt (időlegesen vagy tartósan) követni szándékozó, egészség- és életmód tudatos fogyasztók köréből kerülnek ki,
  - az Update életmódrendszert a fogyasztók többsége Schobert Norbert személyével azonosítja, a köztudatban az Update életmódrendszer összekapcsolódott Schobert Norbert személyével. Ugyanez jellemzi az Update életmódrendszer szellemiségét [amely a tudatos táplálkozás fontossága mellett az életmódrendszer komplex voltának, a módszer többi alkotóelemének (mozgás, egészséges, változatos, tudatos táplálkozás, egészségkímélő súlykontroll stb.)] és az abba integrált termékek, szolgáltatások összekapcsolását is. Ennek illusztrálására becsatolta a GFK által 2006 februárjában végzett kutatás eredményeit,
  - az „Egészség Világdíj 2009” díj megjelenítése a reklámeszközökön belül is ennek megfelelő, a szöveges megjelenítés az „Egészség Világdíj” megjelölésre szorítkozik, a díj grafikai formátumában a „Norbi Update” szöveges elemek megjelennek, ugyanakkor nem utal arra, hogy a díj kizárólag a termékhez kötődne.

26. Az eljárás alá vont a MACOSZ logójának, ajánlásának szerepeltetése vonatkozásában előadta,

- a MACOSZ logóját és a MACOSZ ajánlására utaló szlogent a MACOSZ engedélyével, jóhiszeműen, a felek szakmai együttműködését megalapozó célnak megfelelően használja. Az együttműködés célja, hogy kölcsönösen erősítve egymás tevékenységének hatékonyságát olyan termékeket népszerűsítsenek, amelyek rendszeres fogyasztása a különböző betegségek kialakulásának megelőzését és az egészséges életmód folytatását segítik elő. A MACOSZ logójának, ajánlásának használata kapcsán igyekezett körültekintően eljárni, ezért megkereste az OÉTI-t a logó használatának véleményezésével kapcsolatban,
- az Update péksütemények nem diabetikus besorolásúak, de diabetikus terméktulajdonságokkal rendelkeznek.

27. Az eljárás alá vont a Versenytanács előzetes álláspontjának ismeretében előadta,
- nem vitatja, hogy korábban voltak visszatérő hibák a kereskedelmi kommunikációjában,
  - ennek személyi konzekvenciáit levonta,
  - jelenleg már egy korábbinál szigorúbb, szakmai kontrollt magában foglaló felügyeleti rendet érvényesít a kommunikációs tevékenység vonatkozásában,
  - ha kötelezettségvállalási nyilatkozata nem is kerül elfogadásra, annak lényegi elemeit ettől függetlenül meg kívánja valósítani.

28. Az eljárás alá vont a Versenytanács előzetes álláspontjának kézhezvételét követően előadta, a Versenytanács által megfogalmazott kifogásokra figyelemmel a hatósági jogszabályok megtartására, az ezzel kapcsolatos adatok helytállóságára és annak prezentálhatóságára kiemelt figyelmet fordít, a vállalat belső ügyrendjében és vállalati kapcsolataiban (hangsúlyosan ide értve a gyártókkal való kapcsolatot) a szükséges szervezeti és ügymenetet érintő változtatásokat haladéktalanul végrehajtja, s az alábbiak szerint kész kötelezettséget vállalni:

- a kereskedelmi kommunikációjában megjelenő releváns terméktulajdonságokra vonatkozó tényállítások valódiságának igazolására a jelen vizsgálat korai szakaszában klinikai vizsgálatot indított. A klinikai vizsgálat két irányban, a diabetesz (cukorbetegség, vércukorszintre gyakorolt hatás) és a lipidanyagcsere (fogyás, testsúlycsökkentés körében tapasztalható eredmények) körében vizsgálja az Update életmódszere és a péksütemények fogyasztásának hatásait. A testsúlycsökkentés kapcsán 2010 januárjában egy további klinikai vizsgálatra kerül sor egy neves szakértő által. Ezzel párhuzamosan kezdeményezésére a termékeket ambuláns tesztelés alá is vetették, a melyben az ambuláns egészségügyi háttérkörnyezetet egy ismert és elismert, a vállalkozással kapcsolatban álló budapesti egészségközpont, szakorvosi irányítással végzi. A vizsgálati eredmények 2010 márciusára várhatók. Az eljárás alá vont kereskedelmi kommunikációját szorosán, s szigorúan a klinikai vizsgálati eredményeknek megfelelő, igazolható tényekre szorítja,
- a Versenytanács előzetes álláspontjában foglaltak alapján, az abban kifogásolt kommunikációs elemeket kiiktatja a kereskedelmi kommunikációjából, s a kifogásoltakhoz képest – a beadványában részletesen kifejtett módon – további szigorításokat alkalmaz,
- a vizsgált termék tekintetében, az általános fogyasztói tájékozottság és tudatosság fejlesztése céljából, a termékjellemzők érdemi és informatív bemutatása érdekében az általa részletezettek szerint tájékoztatásokat valósítja meg.

#### **IV. Jogi háttér**

29. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése szerint az Fttv. állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, valamint az ilyen kereskedelmi gyakorlat tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen cikk (2) bekezdése szerint az Fttv. hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely a Magyar Köztársaság területén valósul meg, továbbá arra is, amely a Magyar Köztársaság területén bárkit fogyasztóként érint.

Az Fttv. 2. §-ának a) pontja értelmében fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy.

Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése kimondja, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (2) bekezdés szerint tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, a) amelynek alkalmazása során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el (a továbbiakban: szakmai gondosság követelménye), és b) amely érzékelhetően rontja azon fogyasztó lehetőségét az áruval kapcsolatos, a szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, akivel kapcsolatban alkalmazzák, illetve akihez eljut, vagy aki a címzettje, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg (a továbbiakban: a fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas. A (3) bekezdés alapján a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).

Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése előírja, hogy a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve áru nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is. Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni. A (2) bekezdés szerint ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportja magatartásának torzítására alkalmas, és ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni.

Az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének b) pontja rögzíti, megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény - figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az alábbiak közül egy vagy több tényező tekintetében és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas:

- b) az áru lényeges jellemzői, így különösen
  - ba) kivitelezése, összetétele, műszaki jellemzői, tartozékai,
  - bg) az adott célra való alkalmassága, a használatától várható eredmények, előnyei,
  - bj) az egészségre gyakorolt hatása.

30. Az Éhf. mellékletének 10. pontja értelmében élelmiszer az élelmiszerjog általános elveiről és követelményeiről, az Európai Élelmiszerbiztonsági Hatóság létrehozásáról és az élelmiszerbiztonságra vonatkozó eljárások megállapításáról szóló, az Európai Parlament és a Tanács 2002. január 28-i 178/2002/EK rendelete 2. cikke szerinti fogalom. Ezen fogalom szerint az „élelmiszer” minden olyan feldolgozott, részben feldolgozott vagy feldolgozatlan anyagot vagy terméket jelent, amelyet emberi fogyasztásra szánnak, illetve amelyet várhatóan emberek fogyasztanak el.

Az Éhf. 10. §-ának (2) bekezdése szerint az élelmiszer-jelölés és az alkalmazott jelölési módszer, továbbá az élelmiszerek megjelenítése (formája vagy alakja, csomagolása, bemutatásának módja, kellékei) nem tévesztheti meg a végső fogyasztót

- a) az élelmiszer tulajdonságai - így különösen az élelmiszer természete, azonossága, jellemzői, összetétele, mennyisége, eltarthatósága, származási helye vagy eredete, illetve előállítási vagy termelési módja - tekintetében,
- b) azáltal, hogy az élelmiszernek olyan hatást vagy tulajdonságot tulajdonít, amelyekkel az valójában nem rendelkezik,
- c) annak állításával vagy olyan benyomás keltésével, hogy az élelmiszer különleges tulajdonsággal rendelkezik, ha ugyanezekkel a tulajdonságokkal minden más hasonló élelmiszer is rendelkezik.

Ugyanezen cikk (4) bekezdése szerint a (2) bekezdés rendelkezéseit megfelelően alkalmazni kell az élelmiszerekre vonatkozó reklámra.

Az Éhf. 25. §-ának (3) bekezdése a 10. § (2)-(4) bekezdésében foglalt rendelkezések megsértése esetén az eljárás lefolytatására a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló törvényben meghatározott hatóság jogosult az ott meghatározott szabályok szerint azzal, hogy a végső fogyasztó az Fttv. alkalmazásában fogyasztónak minősül akkor is, ha nem természetes személy.

Az Éht. 77. §-a (2) bekezdésének i) pontja rögzíti, hogy az Éht. - a végrehajtására kiadott jogszabályokkal együtt – egyebek között az Európai Parlament és a Tanács 2000/13/EK irányelvének való megfelelést szolgálja.

Az Európai Parlament és a Tanácsnak élelmiszerek címkézésére, kiserelésére és reklámozására vonatkozó tagállami jogszabályok közelítéséről szóló 2000/13/EK irányelve 2. cikkének (1) bekezdése és ugyanezen cikk (3) bekezdésének b) pontja értelmében az élelmiszer reklámjai

- a) nem lehetnek alkalmasak arra, hogy a vásárlót megtévezzék, különösen
  - i. az élelmiszer jellemzői, és különösen annak természete, azonosítása, tulajdonságai, összetétele, mennyisége, tartóssága, származása vagy eredete, gyártásának vagy előállításának módja tekintetében,
  - ii. az élelmiszer olyan hatással vagy tulajdonsággal való felruházása révén, amellyel az nem rendelkezik;
  - iii. annak sugallása révén, hogy az élelmiszer különleges jellemzőkkel rendelkezik, holott minden hasonló élelmiszer rendelkezik ilyen jellemzőkkel,
- b) a speciális élelmezési célokra szánt természetes ásványvizekre és élelmiszerekre vonatkozó közösségi rendelkezésekre figyelemmel nem ruházhatnak fel élelmiszereket emberi betegségek megelőzésének, kezelésének vagy gyógyításának tulajdonságával, és ilyen tulajdonságokra nem is hivatkozhatnak.

Az élelmiszerekkel kapcsolatos tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó állításokról szóló 1924/2006/EK rendelet preambuluma (3) és (4) pontja értelmében

- az általános jelölési előírásokat az élelmiszerek címkézésére, kiserelésére és reklámozására vonatkozó tagállami jogszabályok közelítéséről szóló, 2000. március 20-i 2000/13/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv tartalmazza. A 2000/13/EK irányelv általános jelleggel megtiltja a vásárló félrevezetésére alkalmas, illetve az élelmiszernek gyógyító hatást tulajdonító információk használatát. A 1924/2006/EK rendeletnek ki kell egészítenie a 2000/13/EK irányelvben szereplő általános elveket, valamint a fogyasztók számára ilyen formában szolgáltatott élelmiszerek tekintetében egyedi rendelkezéseket kell, hogy meghatározzon a tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó állítások használatát illetően,
- a 1924/2006/EK rendeletet kell alkalmazni minden kereskedelmi kommunikációban szereplő tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó állításra, ideértve többek között az élelmiszerek általános reklámozását is.



A 1924/2006/EK rendelet 2. cikke (2) bekezdésének 4., 5. és 6. pontja szerint

4. „tápanyag-összetételre vonatkozó állítás”: bármely olyan állítás, amely kijelenti, sugallja vagy sejteti, hogy az ételkészlet bizonyos, a táplálkozásra nézve különösen kedvező tulajdonságokkal rendelkezik:

- a) azon energia (kalóriaérték) következtében, amelyet
  - i. tartalmaz
  - ii. csökkentett vagy növelt mértékben tartalmaz, vagy
  - iii. nem tartalmaz, és/vagy
- b) azon tápanyagok vagy egyéb anyagok következtében, amelyeket
  - i. tartalmaz
  - ii. csökkentett vagy növelt mértékben tartalmaz, vagy
  - iii. nem tartalmaz,

5. „egészségre vonatkozó állítás”: bármely olyan állítás, amely kijelenti, sugallja vagy sejteti, hogy az adott ételkészlet, ételkészletcsoport vagy annak valamely alkotóeleme és az egészség között összefüggés van,

6. „betegségek kockázatának csökkentésével kapcsolatos állítás” bármely olyan állítás, amely kijelenti, sugallja vagy sejteti, hogy az ételkészlet, ételkészletcsoport vagy valamely alkotóelemének fogyasztása jelentősen csökkenti valamely emberi betegség kialakulásának valamely kockázati tényezőjét.

A 1924/2006/EK rendelet 3. cikke rögzíti, hogy

- a tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó állításokat csak akkor lehet a Közösségen belül forgalomba hozott ételkészletek címkézésén, megjelenítésén vagy reklámjában alkalmazni, amennyiben az adott állítások megfelelnek e rendelet előírásainak,
- a 2000/13/EK és a 84/450/EGK irányelv sérelme nélkül, a tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó állítások alkalmazása
  - a) nem lehet valótlan, félreérthető vagy megtévesztő,
  - b) nem kelthet kétséget más ételkészletek biztonságos voltát és/vagy táplálkozásra való alkalmasságát illetően,
  - c) nem ösztönözheti vagy helyeselheti az ételkészlet túlzott fogyasztását,
  - d) nem jelentheti ki, sugallhatja vagy sejtetheti azt, hogy a kiegyensúlyozott és változatos étrend általában nem biztosítja a tápanyagok megfelelő mennyiségét. A 25. cikk (2) bekezdésében említett eljárással összhangban – figyelembe véve a tagállamokban fennálló sajátos körülményeket – eltéréseket lehet elfogadni – beleértve alkalmazásuk feltételeit is – azon tápanyagok esetében, amelyekből a kiegyensúlyozott és változatos étrend nem biztosítja a megfelelő mennyiséget,
  - e) nem utalhat sem szóveszesen, sem képi, grafikus vagy szimbolikus ábrázoláson keresztül a testi funkciók olyan változásaira, amelyek a fogyasztóban félelmet kelthetnek, és nem használhatja ki a fogyasztó félelmét.

A 1924/2006/EK rendelet

- 8. cikkének (1) bekezdése szerint a tápanyag-összetételre vonatkozó állítások alkalmazása csak akkor megengedett, ha azok szerepelnek a tápanyag-összetételre vonatkozó állítások és az ezekre vonatkozó feltételekről szóló mellékletben található felsorolásban, és megfelelnek a rendeletben meghatározott feltételeknek,
- a 10. cikk (1) bekezdése alapján tilos az egészségre vonatkozó állítások alkalmazása, kivéve
  - ha azok a II. fejezetben foglalt általános követelményeknek és a IV. fejezetben foglalt különös követelményeknek megfelelnek, ha azokat a rendelettel összhangban engedélyezik, és
  - ha azok a 13. és 14. cikkben meghatározott engedélyezett állítások listáján szerepelnek.

31. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a Gazdasági Versenyhivatal eljárása tekintetében a Tpvt. rendelkezéseit kell alkalmazni.

A Tpvt. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja értelmében az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését.

Az eljáró versenytanács a Tpvt. 78. §-ának (1) bekezdése értelmében bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpvt., illetve az Fttv. rendelkezéseit megsérti. A bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve annak - a határozatban azonosított - vállalkozáscsoportnak a jogsértést megállapító határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja. A (3) bekezdés rögzíti, hogy a bírság összegét az eset összes körülményeire - így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő felek piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a törvénybe ütköző magatartás ismételt tanúsítására - tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a fogyasztók, üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

## V.

### A Versenytanács döntése

32. Általános követelményként fogalmazódik meg, hogy a vállalkozásnak a fogyasztók irányában tanúsított kereskedelmi gyakorlata feleljen meg a tisztesség követelményének, s így a magáról vagy áruinak lényeges tulajdonságáról adott, fogyasztóknak szóló tájékoztatása igaz és pontos legyen, ne legyen alkalmas téves képzet keltésére, fenntartására.

#### **Az Update péksütemények testsúlycsökkentő és testsúlymegőrző hatása**

33. Az Update péksütemények népszerűsítése érdekében alkalmazott kommunikációs eszközök egyik fő üzenete az volt, hogy ezek a péksütemények a testsúly csökkentésére, illetve megtartására való alkalmassággal bírnak.

34. A Versenytanács az Update péksüteményeket akkor ítéli alkalmasnak a testtömeg-csökkentő, illetve -megtartó étrendbe történő beillesztésre, ha az Update péksütemények energiatartalma minimum 30%-kal alacsonyabb, mint a vele összehasonlítható, hagyományos termékeké. Ez összhangban van az OÉTI álláspontjával (Vj-70-017/2009., lásd a 13. pontot).

35. Az eljárás alá vont részéről benyújtott, illetve a vizsgálat által feltárt dokumentumok, adatok nem bizonyítják, hogy az Update péksütemények energiatartalma minimum 30%-kal alacsonyabb, mint a vele összehasonlítható, hagyományos termékeké. Az eljárás alá vont 2009. szeptember 15-i keltezésű beadványához (Vj-70-028/2009.) ugyan csatolt egy összehasonlítást, az azonban az alábbiak szerint alkalmatlan volt annak bizonyítására, hogy az Update péksütemények energiatartalma minimum 30%-kal alacsonyabb, mint a vele összehasonlítható, hagyományos termékeké:

- az eljárás alá vont az általa becsatolt összehasonlítás alapjául egy budapesti cukrász által rendelkezésre bocsátott receptúrát vett, ugyanakkor
  - a Versenytanács előtt nem ismert ezen receptúra tartalma,
  - az eljárás alá vont semmivel sem igazolta, hogy ez az egyetlen egy receptúra megfelelő reprezentativitást jelentene abban a vonatkozásban, hogy azt az Update péksüteményekkel összehasonlítható hagyományos élelmiszernek lehetne tekinteni, azt lehetne mondani, hogy a K. A. cukrász által előállított termékek az adott élelmiszerkategória reprezentatív termékeinek minősülnek, s így a K. A. cukrász által előállított termékek energiatartalma elfogadható, mint az összehasonlítás alapjául vehető hagyományos élelmiszer energiatartalma,
  
- ha elfogadásra kerülne is, hogy a K. A. cukrász által előállított termékek az adott élelmiszerkategória reprezentatív termékeinek minősülnek,
  - a becsatolt összehasonlítás akkor sem alkalmas a bizonyításra, mivel az összehasonlításban nem a H. Kft. és a T. Kft. péksüteményei szerepelnek, miközben az érintett kommunikációs eszközök alkalmazásakor ezen gyártók termékeit árusították az Update péksüteményeket árusító üzletekben, így ezek vonatkozásában kellett volna (valamennyi árusított péksüteményre kiterjedő) bizonyítékokkal szolgálni,
  - a rendelkezésre álló adatokból, így különösen a gyártmánylapokból (Vj-042/2009. és Vj-43/2009.) megállapíthatóan a H. Kft. és a T. Kft. által készített péksütemények vonatkozásában maradéktalanul nem teljesül az a követelmény, hogy az Update péksütemények energiatartalma legalább 30%-kal alacsonyabb, mint a vele összehasonlítható hagyományos élelmiszeré, mivel
    - a H. Kft. és a T. Kft. egyes péksüteményei vonatkozásában semmilyen, megalapozott összehasonlítást lehetővé tevő bizonyíték nem áll rendelkezésre, hiszen az adatok nem tartalmazzák például
      - a H. Kft. esetében a hagyományos virslis croissant, kókuszos csiga, csokoládé pudingos tiroli, szilvás papucs, diós búrkifli, mákos búrkifli, túrós pogácsa,
      - a T. Kft. esetében a hagyományos kókuszos csiga, kakaós muffin energiatartalmát,
    - egyes, a H. Kft. és a T. Kft. által gyártott péksütemények energiatartalma nem alacsonyabb, hanem éppen magasabb volt, mint a vele összehasonlítható, az eljárás alá vont által (a reprezentatív jelleg bizonyítását mellőzve) hivatkozott hagyományos élelmiszeré, így
      - a T. Kft. sajtos pogácsája és magvas pogácsája esetén,
      - a H. Kft. túrós bélese esetén (összevetve a „hagyományos” túrós mini rácsos termék energiatartalmával),
    - egyes, a H. Kft. és a T. Kft. által gyártott péksütemények energiatartalma alacsonyabb volt ugyan, mint a vele összehasonlítható, az eljárás alá vont által (a reprezentatív jelleg bizonyítását mellőzve) hivatkozott hagyományos élelmiszeré, azonban az eltérés nem érte el a 30%-ot, így például
      - a H. Kft. kakaós csigája, fahéjas csigája, sajtos croissant-ja, csokis croissant-ja esetében,
      - a T. Kft. sajtos croissant-ja, tiroli almás rétese esetén (összevetve a „hagyományos” almás mini rácsos termék energiatartalmával).

A Versenytanács kiemeli továbbá, kétséget ébreszt az eljárás alá vont által benyújtott összehasonlítás (Vj-70-028/2009.) megalapozottsága tekintetében, hogy az abban az M. Kft. péksüteményei vonatkozásában szerepeltetett adatok nem egyeznek az M. Kft. péksüteményeinek az eljárás alá vont által a Vj-70-045/2009. szám alatt megküldött, laboreredmények alapján kiszámított adataival, azzal, hogy a Vj-70-045/2009. szám alatt megküldött, energiatartalmat mutató adatok minden esetben magasabbak (egyres esetekben 100%-ot meghaladó mértékkel magasabbak), mint az összehasonlításban szerepeltetett adatok.

36. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, az eljárás alá vont fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor egyes (a 14.1.-14.3., 14.6.-14.10., 14.12.-14.18. pontokban jelzett) kommunikációs eszközein azt közölte a fogyasztókkal, hogy az Update péksütemények a testsúly csökkentésére, illetve megtartására való alkalmassággal bírnak, ezzel

- [tekintettel az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdésére és 6. §-a (1) bekezdésének b) pontjára] az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésébe és
- az Éhf. 10. §-a (2) bekezdésének a) és b) pontjaiba

ütköző magatartást tanúsítva.

37. A Versenytanács nem tartotta szükségesnek az előzőek tükrében nyilvánvalóan jogsértő, ugyanakkor más vonatkozásban is kifogásolható, az eljárás alá vont által szolgáltatott adatok alapján bizonyítottan nem tekinthető állítások tovább elemzését, így különösen a „fogyasztó sütemény” kifejezés alkalmazása (14.7., 14.11., 14.16. pont) és a „kb. 15-20-szor jobban fogyaszt, mint bármely teljes kiőrlésű vagy egyéb ilyen cukormentes készítmény (14.14. pont) kapcsán, amelyek a Versenytanács szerint nem felelnek meg a valóságnak, s így az eljárás alá vont ezen állítások alkalmazásával

- [tekintettel az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdésére és 6. §-a (1) bekezdésének b) pontjára] az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésébe és
- az Éhf. 10. §-a (2) bekezdésének a) és b) pontjaiba

ütköző magatartást tanúsított.

38. Nem állapított meg jogsértést a Versenytanács a Bors című újság 2009. május 22-i és 29-i számaiban megjelent kereskedelmi kommunikáció (14.4. és 14.5.), illetve az üzletek új arculata kapcsán alkalmazott B1-es plakát (14.11. pont) vonatkozásában.

### **A LoCarb Choice lisztkeverék összetételére és felhasználására vonatkozó állítások**

39. Az Update péksütemények elkészítéséhez használt lisztkeverék 50%-a hagyományos liszt, 50%-a Lo-Carb Choice sütemény-lisztkeverék. A LoCarb Choice Grade 1. Cake lisztkeverékben 32,4% a szénhidrát, amelyből 28,7% a polydextóz (nem felszívódó szénhidrát), 3,7% a felszívódó szénhidrát, azaz még ebben az esetben sem lehet szénhidrátmentességről beszélni. Mindez azt jelenti, nem felel meg a valóságnak annak állítása, olyan látszat keltése, hogy az Update péksütemények kizárólag

- szénhidrátmentes lisztből,
- Lo-Carb Choice sütemény-lisztkeverék alkalmazásával

készülnek, amely állítás több kommunikációs eszközön megjelent (14.19., 14.21., 14.22., 14.23., 14.24., 14.27., 14.28. pontban ismertetett kommunikációs eszközök).

40. A Blikk Nők című lap 2009. április 29-i számában közlésre került, hogy az Update péksütemények mindegyike csökkentett szénhidrát-tartalmú (14.20. pont). Az eljárás során beszerzett bizonyítékok [így különösen a termékek gyártmánylapjai (Vj-70-043/2009.) és az

eljárás alá vont által becsatolt összehasonlító táblázat (Vj-70-028/2009.)] ezt az állítást nem bizonyítják, tekintettel egyebek között arra, hogy az eljárás alá vont által becsatolt összehasonlításban nem a T. Kft. péksüteményei szerepelnek, miközben az állítás közzétételekor ezen gyártó termékeit árusították az Update péksüteményeket árusító üzletekben, így ezek vonatkozásában kellett volna (valamennyi árusított péksüteményre kiterjedő) bizonyítékokkal szolgálni.

41. Nem minősítette jogsértőnek a Versenytanács azokat a kommunikációs eszközöket, amelyek arról tájékoztatták a fogyasztókat, hogy az Update péksütemények szénhidrátcsökkentet lisztből készülnek (14.25., 14.26., 14.29. és 14.30. pont), azaz – eltérően pl. az előzőekben értékelt kommunikációs eszköztől (14.20. pont) – nem a termék egésze, hanem kizárólag annak egy alkotórésze vonatkozásában fogalmazta meg a szénhidrát mértéke csökkentésének ígéretét, amely a rendelkezésére álló bizonyítékok alapján nem kifogásolható.

42. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, az eljárás alá vont fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor egyes (a 14.19.- 14.24., 14.27., 14.28. pontban ismertetett) kommunikációs eszközein azt a látszatot keltette, hogy az Update péksütemények kizárólag szénhidrátmentes lisztből, illetve kizárólag Lo-Carb Choice sütemény-lisztkeverék alkalmazásával készülnek, valamint az Update péksütemények mindegyike csökkentett szénhidrát tartalmú, ezzel

- [tekintettel az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdésére és 6. §-a (1) bekezdésének b) pontjára] az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésébe és
- az Éhf. 10. §-a (2) bekezdésének a) és b) pontjaiba

ütköző magatartást tanúsítva.

### **Az Update péksütemények szénhidrát tartalmára vonatkozó állítások**

43. Az eljárás alá vont szórólapjain (14.31. és 14.32. pont) közölte, az „Update 1 Norbi pékség választéka 15-25 % felszívódó szénhidrát”, illetve internetes honlapján (14.33. pont) közölte, „80 % szénhidrát csökkentve állítunk elő több, mint 14 fajta süteményt”, s „kb. 15-20-szor jobban fogyaszt, mint bármely teljes kiőrlésű, vagy egyéb ilyen cukormentes készítmény, hiszen a liszt segítségével a szénhidrát nak több, mint 75 %-át kivonjuk.”

44. Ismert, hogy

- az Update péksütemények gyártói a normál búzaliszt mellett Lo-Carb Choice sütemény-lisztkeveréket használnak fel, amely esetében 100 g termékekben 32,4% a szénhidrát, amelyből 28,7% a polydextóz (nem felszívódó szénhidrát) (Vj-70-005/2009. 4. számú melléklet),
- a Lo-Carb Choice sütemény-lisztkeverék mellett ugyanolyan mennyiségű hagyományos lisztet használnak fel, s a búzaliszt felszívódó szénhidrát tartalma 69,4-70,93 gramm,
- az így nyert nyersanyag szénhidrát tartalma  $43,5 \text{ g}/100 \text{ g} \pm 10\%$  (Vj-70-027/2009.),
- a fogyasztó által megvásárolt késztermékek szénhidrát tartalma nem azonosítható a búzaliszt és a Lo-Carb Choice sütemény-lisztkeverék szénhidrát tartalmával, mivel a péksütemények (s így pl. a töltelék) elkészítésekor egyéb anyagok is felhasználásra kerülnek.

45. Az eljárás alá vont részéről nem kerültek benyújtásra olyan bizonyítékok, amelyek valamennyi H. Kft. és T. Kft. által gyártott Update péksütemény esetén igazolnák, hogy a 43. pontban ismertetett állítások megfelelnek a valóságnak.

Mindeközben

- a Versenytanács rendelkezésére álló adatokból megállapíthatóan nem felel meg a valóságnak, hogy az Update péksütemények esetében a szénhidrát mértéke 75, illetve 80%-kal kevesebb, mint a hagyományos péksütemények esetén, illetve az Update péksütemények kb. 15-20-szor jobban fogyasztanak, mint bármely teljes kiőrlésű, vagy egyéb cukormentes készítmény,
- eljárás alá vont releváns előadásai nem minden esetben vannak összhangban a tényekkel:
  - az eljárás alá vont nyilatkozata szerint a „szénhidrát csökkentett” péksütemény lisztkeverék döntően nem felszívódó szénhidrátot tartalmazó lisztből készül, ugyanakkor a péksüteményekhez alkalmazott lisztkeverék 50%-a hagyományos búzaliszt,
  - az eljárás alá vont előadta, az Update péksüteményeket általában teljes kiőrlésű lisztből készítik, azonban ezt a termékek gyártmánylapja nem támasztja alá, illetve ennek ellentmondó közlés szerepel a Blikk Nők című lap 2009. március 11-i számában, amely szerint az Update péksütemények nem teljes kiőrlésű liszttel készülnek.

46. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, az eljárás alá vont 2008 decembere és 2009 májusa között fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott az Update péksütemények szénhidrát-tartalmára vonatkozó állítások egyes (a 14.31., 14.32. és 14.33. pontokban jelzett) kommunikációs eszközökön történő közzétételével, ezzel

- [tekintettel az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdésére és 6. §-a (1) bekezdésének b) pontjára] az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésébe és
- az Éhf. 10. §-a (2) bekezdésének a) és b) pontjaiba

ütköző magatartást tanúsítva.

### **Az Update péksütemények hozzáadott cukortartalmára vonatkozó állítások**

47. Az eljárás alá vont több kommunikációs eszközben arról adott tájékoztatást, hogy az Update péksütemények cukrot nem tartalmaznak, illetve hozzáadott cukor nélkül készülnek (lásd a 14.34.-14.48. pontot).

48. A Versenytanács előtt nem ismert olyan bizonyíték, amely alapján arra a következtetésre lehetne jutni, hogy ezen közlések nem feleltek meg a valóságnak, ezért e körben a Versenytanács jogsértést nem állapított meg.

### **A „DrNatura Egészség Világdíj 2009”**

49. Az eljárás alá vont több, a jelen eljárásban vizsgált kommunikációs eszközön (lásd a 17. pontot) feltüntette az „Egészség Világdíj 2009, Norbi Update” feliratot. A kommunikációs eszközök összehatása révén ez többek között az Update péksüteményekben árusított péksütemények vonatkozásában is egy, a péksütemények egészségre gyakorlat kedvező hatást tulajdonító üzenettel bír, azt állítva, hogy az egész Norbi Update módszer, s ezáltal minden, az ezen módszerhez kapcsolódó termék részesült a díjban.

50. A Versenytanács szerint az eljárás alá vont érintett kommunikációs eszközei valótlan információt tartalmaztak:

- a DrNatura termékeket forgalmazó Alaven Consumer Healthcare Inc. amerikai vállalkozás által 2009-ben bevezetett, s első és ezidáig egyetlen alkalommal Schobert Norbertnek adományozott díj elnevezése nem Egészség Világdíj (Global Health Award), hanem DrNatura Egészség Világdíj (DrNatura Global Health Award), ugyanakkor a kommunikációs eszközökön nem a teljes név, hanem annak egy rövidített, a fogyasztók számára vonzóbb és meggyőzőbb elnevezése szerepelt. Az eljárás alá vont ezzel nem egyszerűen valós tény megtevesztésre alkalmas módon közölt, hanem valótlan tényt állított, mivel nem az Egészség Világdíj, hanem a DrNatura Egészség Világdíj került átadásra,
- amint az a díjat alapító vállalkozás által kiállított dokumentumból (Vj-70-006/2009. 1. számú melléklet, lásd a 16. pontot) egyértelműen megállapítható, a díjat személy szerint Schobert Norbert kapta, nem az Update rendszer, miközben a kommunikációs eszközök üzenete (nyilvánvalóan az Update rendszerhez kapcsolódó termékek, így például a péksütemények iránti érdeklődés felkeltése, illetve fokozása érdekében) az volt, hogy az Update rendszer egésze részesült a díjban, amely nem felel meg a valóságnak.

51. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, az eljárás alá vont 2009. február 15-től 2009 májusáig fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor egyes kommunikációs eszközein az „Egészség Világdíj 2009, Norbi Update” feliratot szerepeltette, ezzel [tekintettel az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdésére és 6. §-a (1) bekezdésének b) pontjára] az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésébe ütköző magatartást tanúsítva.

52. A Versenytanács megjegyzi, miközben az eljárás alá vont előadása szerint Schobert Norbert a díjjal kapcsolatban az első megkeresést 2009. március 27-én kapta (Vj-70-006/2009.), addig az eljárás alá vont által szolgáltatott adatokból megállapíthatóan az „Egészség Világdíj 2009, Norbi Update” felirat alkalmazására már 2009. február 15-től, tehát az első megkeresését megelőzően sor került.

### **A MACOSZ logójának, ajánlásának szerepeltetése**

53. Az eljárás alá vont a 22. és a 23. pontban ismertetett kommunikációs eszközökön azt közölte a fogyasztókkal, hogy az Update péksütemények ajánlottak cukorbeteg számára:

- számos általa alkalmazott kommunikációs eszközön az eljárás alá vont kifejezetten cukorbetegnek ajánlotta az Update péksüteményeket (lásd a 23. pontot),
- az eljárás alá vont
  - több általa alkalmazott kommunikációs eszközön feltüntette a MACOSZ logóját (megállítótáblák, B/1-es plakát, lásd 22. pont),
  - az üzletek kapcsán alkalmazott roll-on a logó mellett a MACOSZ ajánlására is utalt,
  - internetes honlapján a péksütemények kapcsán közölte, azokat a MACOSZ is ajánlja,

amellyel kapcsolatban kiemelendő, hogy – amint arra az OÉTI 2008. június 23-i, eljárás alá vont által becsatolt, s így nyilvánvalóan az eljárás alá vont előtt is ismert állásfoglalása szintén rámutatott – a logó kommunikációs eszközökön való feltüntetése alkalmas azt a képzetet kelteni a fogyasztóban, hogy a péksütemények cukorbetegnek készülnek Ezt a képzetet erősíti a MACOSZ ajánlására történő utalás.

54. A vizsgált kereskedelmi kommunikációk értékelése során az olyan fogyasztó magatartását vette alapul a Versenytanács, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmeccsel és körültekintéssel jár el.

55. Az eljárás alá vont által cukorbetegnek ajánlott Update péksüteményeket vásárló fogyasztók kiemelendő, hogy a cukorbetegként is fogyasztható árukat kereső és vásárló fogyasztók az átlagosnál sérülékenyebb fogyasztói csoportot alkotnak, akik fokozottabban érzékenyek minden olyan állításra, amely szerint valamely – adott esetben az átlagosnál magasabb áron megvásárolható – áru a cukorbetegségük által befolyásolt étrendjükbe illeszthető.

56. A cukorbetegnek szánt élelmiszereknek meg kell felelniük a különleges táplálkozási célú élelmiszerekről szóló 36/2004. (IV.26.) EszCsM rendelet 1. számú mellékletének I.B.2. pontjában foglalt követelményeknek. Ezt a követelményt emelte ki az OÉTI is az eljárás alá vont megkeresésére 2008. június 23-án adott állásfoglalásában, illetve maga az eljárás alá vont is az adta elő 2009. szeptember 15-i keltezésű beadványában (Vj-70-028/2009.), hogy az Update péksütemények szénhidrát tulajdonságai megfelelnek a rendelet előírásainak (az eljárás alá vont előadása szerint „az Update péksütemények ugyan nem hivatalos diabetikus ’besorolású’, de az adott termékek piacán diabetikus terméktulajdonságokkal rendelkező termékek”).

57. Az eljárás alá vontnak azt kellett volna bizonyítania, hogy az Update péksütemények szénhidrátartalma legalább 30%-kal alacsonyabb, mint a vele összehasonlítható hagyományos élelmiszeré. A bizonyításnak

- a kommunikációs eszközök alkalmazása által meghatározott teljes időtartamra és
- az Update pékségekben árusított (figyelemmel az érintett időszakot: a H. Kft. és a T. Kft. által gyártott) valamennyi péksüteményre

kiterjedően kellett volna igazolnia a jogszabályi követelmény teljesülését.

Az eljárás alá vont és a MACOSZ között 2008. május 28-án létrejött együttműködési szerződés lehetővé teszi az eljárás alá vont számára, hogy az Update alapelvek szerint készült termékeken, illetve az azok csomagolásán, a reklámokon feltüntetheti a MACOSZ logóját, illetve a „MACOSZ ajánlásával készült” szlogent. A Versenytanács ugyanakkor aláhúzza, önmagában ez a megállapodás nem eredményezi azt, hogy az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlata során ne lenne köteles tiszteletben tartani a jogszabályi előírásokat.

58. Az eljárás alá vont ennek az elvárásnak nem tett eleget. Az eljárás alá vont 2009. szeptember 15-i keltezésű beadványához (Vj-70-028/2009.) ugyan csatolt egy összehasonlítást, az azonban az alábbiak szerint alkalmatlan volt annak bizonyítására, hogy az eljárás alá vont a vizsgálattal érintett kommunikációs eszközökben alappal minősítette az Update péksüteményeket a cukorbetegek számára ajánlottaknak:

- az eljárás alá vont az általa becsatolt összehasonlítás alapjául egy budapesti cukrász által rendelkezésre bocsátott receptúrát vett, ugyanakkor
  - a Versenytanács előtt nem ismert ezen receptúra tartalma,
  - az eljárás alá vont semmivel sem igazolta, hogy ez az egyetlen egy receptúra megfelelő reprezentativitást jelentene abban a vonatkozásában, hogy azt az Update péksüteményekkel összehasonlítható hagyományos élelmiszernek lehetne tekinteni, azt lehetne mondani, hogy a K. A. cukrász által előállított termékek az adott élelmiszerkategória reprezentatív termékeinek minősülnek, s így a K. A. cukrász által előállított termékek szénhidrátartalma elfogadható, mint az összehasonlítás alapjául vehető hagyományos élelmiszer szénhidrátartalma,



- ha elfogadásra kerülne is, hogy a K. A. cukrász által előállított termékek az adott élelmiszerkategória reprezentatív termékeinek minősülnek,
  - a becsatolt összehasonlítás akkor sem alkalmas a kommunikációs eszközökön tett állítások bizonyítására, mivel az összehasonlításban nem a H. Kft. és a T. Kft. péksüteményei szerepelnek, miközben az állítások közzétételekor ezen gyártók termékeit árusították az Update péksüteményeket árusító üzletekben, így ezek vonatkozásában kellett volna (valamennyi árusított péksüteményre kiterjedő) bizonyítékokkal szolgálni,
  - a rendelkezésre álló adatokból, így különösen a gyártmánylapokból (Vj-70-042/2009. és Vj-70-043/2009.) megállapíthatóan a H. Kft. és a T. Kft. által készített péksütemények vonatkozásában maradéktalanul nem teljesül az a követelmény, hogy az Update péksütemények szénhidrátartalma legalább 30%-kal alacsonyabb, mint a vele összehasonlítható hagyományos élelmiszeré, mivel
    - a H. Kft. és a T. Kft. egyes péksüteményei vonatkozásában semmilyen, megalapozott összehasonlítást lehetővé tevő bizonyíték nem áll rendelkezésre, mivel az adatok nem tartalmazzák például
      - a H. Kft. esetében a hagyományos virslis croissant, kókuszos csiga, csokoládé pudingos tiroli, szilvás papucs, diós búrkifli, mákos búrkifli, túrós pogácsa,
      - a T. Kft. esetében a hagyományos kókuszos csiga, kakaós muffin

szénhidrát tartalmát,

- egyes, a T. Kft. által gyártott péksütemények szénhidrát tartalma nem volt legalább 30%-kal alacsonyabb, mint a vele összehasonlítható, az eljárás alá vont által (a reprezentatív jelleg bizonyítását mellőzve) hivatkozott hagyományos élelmiszeré, így például a sajtos croissant, a pizzás csiga, a sajtos pogácsa és a magvas pogácsa esetében.

A Versenytanács kiemeli továbbá, kétséget ébreszt az eljárás alá vont által benyújtott összehasonlítás (Vj-70-028/2009.) megalapozottsága tekintetében, hogy az abban az M. Kft. péksüteményei vonatkozásában szerepeltetett adatok nem egyeznek az M. Kft. péksüteményeinek az eljárás alá vont által a Vj-70-045/2009. szám alatt megküldött, laboreredmények alapján kiszámított adataival, azzal, hogy a Vj-70-045/2009. szám alatt megküldött, szénhidrát tartalmat mutató adatok minden esetben magasabbak (egyes esetekben jelentősen magasabbak), mint az összehasonlításban szerepeltetett adatok.

59. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, az eljárás alá vont 2008 decembere és 2009 májusa között fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor egyes kommunikációs eszközein (22. és 23. pont, a 22.5. pont kivételével) azt közölte a fogyasztókkal, hogy az Update péksütemények ajánlottak cukorbeteg számára, ezzel

- [tekintettel az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdésére és 6. §-a (1) bekezdésének b) pontjára] az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésébe és
- az Éhf. 10. §-a (2) bekezdésének a) és b) pontjaiba

ütköző magatartást tanúsítva.

60. Az óriásplakát (22.5. pont) vonatkozásában a Versenytanács jogsértést nem állapított meg, tekintettel arra, hogy azon ugyan elhelyezésre került a MACOSZ logó és az „ajánlásával” szöveg, de tekintettel az óriásplakát fogyasztók általi észlelés körülményeinek sajátosságaira,

a Versenytanács szerint ez a közlés nem vált a fogyasztó által ténylegesen észlelt üzenet részévé.

## A Versenytanács döntése

61. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont 2008 decembere és 2009 májusa között fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor egyes kommunikációs eszközeiben valótlan állításokat tett az Update péksüteményekkel kapcsolatban.

A Versenytanács megállapította továbbá, hogy az eljárás alá vont 2009 februárja és májusa között akkor is fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor egyes kommunikációs eszközein az „Egészség Világdíj 2009, Norbi Update” feliratot szerepeltette.

62. A jogsértés megállapítása mellett a Versenytanács bírságot szabott ki az eljárás alá vonttal szemben a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése alapján, a bírság összegét a Tpv. 78. §-ának (3) bekezdésének megfelelően meghatározva.

A Versenytanács súlyosító körülményként értékelte, hogy

- az eljárás alá vonttal szemben már megállapításra került, hogy a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására, megtévesztésre alkalmas magatartást tanúsított (lásd a 3. pontot),
- a tájékoztatásokkal elért fogyasztói kör jelentős volt,
- az érintett, testsúlyproblémákkal, cukorbetegséggel küzdő fogyasztói kör az átlagosnál sérülékenyebbnek minősül,
- a jogsértés több hónapon át valósult meg,
- az eljárás alá vont magatartása felróható volt, nem érte el az adott helyzetben általában elvárható magatartási mércét, nem felelt meg a társadalom értékítéletének. E körben vette figyelembe a Versenytanács, hogy az eljárás alá vont előtt legalább a Vj-80/2007. számú eljárásból ismertnek kellett lennie, hogy a kereskedelmi kommunikációkban tett állítások valóságnak való megfelelését igazoló bizonyítékokkal az állítások megtételekor kell rendelkeznie, illetőleg az OÉTI eljárás alá vontnak írott, 2008. július 28-i levele (Vj-70-009/2009. számú irat 2. számú melléklete) kifejezetten felhívta a figyelmet arra, a MACOSZ logó már önmagában azt a képzetet keltheti a fogyasztóban, hogy a termék cukorbetegeknek készült, s ezért szükséges, hogy az adott termék feleljen meg a különleges táplálkozási célú élelmiszerekről szóló 36/2004. (IV. 26.) ESZCSM rendelet előírásainak.

A Versenytanács jelentős súllyal bíró enyhítő körülményként értékelte, hogy

- a Versenytanács előzetes álláspontjának kézhezvételét követően az eljárás alá vont nem vitatta, hogy kereskedelmi kommunikációja nem volt mentes a hibáktól,
- az eljárás alá vont akként nyilatkozott, hogy a kötelezettségvállalási nyilatkozatában foglaltak lényegi elemeit az általa ismertettek szerint akkor is meg kívánja valósítani, ha a Versenytanács nem lát lehetőséget a Tpv. 75. §-ának, illetve az Fttv. 27. §-a (3) bekezdésének az alkalmazására.

A fentiek mérlegelése során a Versenytanács tekintettel volt a jogsértő kommunikációs eszközök alkalmazása kapcsán felmerült ismert költségek mértékére (az üzleti titoknak minősülő adatokat lásd a Vj-70-012/2009. és a Vj-70-019/2009. számú iratokban), s a bírság összegét – szem előtt tartva a szankcionálás speciál- és generálpreventív célját is – 3.000.000 Ft-ban határozta meg.

63. A bírságot 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 (a továbbiakban: Ket.) 110. §-a (1) bekezdésének 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 Versenytanács nem foganatosíthatja.

A Ket. 138. §-ának (1) bekezdése szerint a pénzfizetési kötelezettségének határidőre eleget nem tevő késedelmi pótléket 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. §-ának (5) bekezdése úgy rendelkezik, hogy ha az eljáró versenytanács határozata jogszabályt sértett és ennek következtében az ügyfélnek igénye keletkezik a bírság visszatérítésére, a visszatérítendő összeg után a mindenkori jegybanki alapkamat kétszeres összegének megfelelő kamatot is meg kell téríteni.

A bírságnak a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételei számla javára történő befizetésekor a közlemény rovatban feltüntetendő

- az eljárás alá vont neve,
- a versenyfelügyeleti eljárás száma,
- a befizetés jogcíme (bírság).

## **VI. Egyéb kérdések**

64. A Tpv. 75. §-ának (1) bekezdése értelmében ha a hivatalból indult versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált magatartás tekintetében az ügyfél kötelezettséget vállal arra, hogy magatartását meghatározott módon összhangba hozza e törvény, illetve az EK-Szerződés 81-82. cikkének 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 törvénysértés megvalósulását, vagy annak hiányát megállapítaná. Az Fttv. 27. §-ának (3) bekezdése szerint a Tpv. 75. §-a szerinti kötelezettségvállalás alkalmazásának akkor is helye lehet, ha az ügyfél a vizsgált magatartással időközben felhagyott. Ilyen esetben a magatartás megismétlésétől való tartózkodásra lehet kötelezettséget vállalni.

Az eljárás alá vont a Versenytanács előzetes álláspontjának kézhezvételét követően jelezte, kész kötelezettséget vállalni az általa meghatározott tartalommal (lásd a 28. pontot).

A Versenytanács a jelen esetben nem látta alkalmazhatónak a Tpv. 75. §-át, illetve az Fttv. 27. §-ának (3) bekezdését, s nem fogadta el az eljárás alá vont kötelezettségvállalás megtételére vonatkozó nyilatkozatát.

65. Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a Gazdasági Versenyhivatal jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas. A 11. § (1) bekezdése értelmében a 10. § alkalmazásában a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál - a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével - a következő szempontok irányadóak: a) az

alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközeinek jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára vagy a jogsértéssel érintett áru mennyiségére, vagy b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján. A 11. § (2) bekezdése szerint a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha a) a kereskedelmi gyakorlat országos műsorszolgáltatást végző műsorszolgáltatón keresztül valósul meg, b) a kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű időszakos lap vagy legalább három megyében terjesztett napilap útján valósul meg, c) a fogyasztók közvetlen megkeresésének módszerével végzett kereskedelmi gyakorlat legalább három megye fogyasztói felé irányul, vagy d) az áru eladásának helyén alkalmazott eladásösztönző kereskedelmi gyakorlat legalább három megyében megszervezésre kerül.

A Versenytanács megállapította a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörének jelen ügybeni fennálltát. Az eljárás alá vont által tanúsított kereskedelmi gyakorlat alkalmas volt a gazdasági verseny érdemi befolyásolására, tekintettel arra, hogy

- az országos terjesztésű időszakos lapok, de országsszerte kihelyezett óriásplakátok révén is megvalósított a kereskedelmi gyakorlat kapcsán alkalmazott kommunikációs eszközök a fogyasztók széles körét érték el,
- a jogsértéssel érintett terület az ország egész területe,
- a jogsértés több hónapot ölelt fel.

66. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 83. §-ának (1) bekezdése biztosítja.

Budapest, 2009. december 17.

dr. Zavodnyik József sk.  
előadó versenytanács tag

Bártfai-Mager Andrea sk.  
versenytanács tag

dr. Miskolczi Bodnár Péter sk.  
versenytanács tag