



1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

Levélcím: 1245, Budapest 5. Pf. 1036

Telefon: (06-1) 472-8865

Ügyszám: Vj/4/2019.

Iktatószám: Vj/4-60/2019.

Betekinthető!

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa az SBGK Ügyvédi Iroda (1062 Budapest, Andrásy út 113.) által képviselt **FOX CONSULTING Kft.** (1139 Budapest, Rozsnyai utca 11.) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt indult versenyfelügyeleti eljárásban meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t .

Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a FOX CONSULTING Kft. 2016. január 1-től a KiwiSun franchise hálózat „bioszolárium” szolgáltatás népszerűsítésére alkalmazott kereskedelmi gyakorlat során megtevesztette a fogyasztókat, mivel

- a „zöld bio”, „bio” és a „természet erejével” típusú állítások esetén nem kommunikálta, hogy ezalatt mit ért, és így az önmagában is, de különösen más egészségre ható állításokkal együtt igazolatlan egészségre ható állításnak minősül,
- a „speciális fény”, a „világon egyedülálló technológia” és az „egész Európában piacvezető újdonság” típusú állításokkal igazolatlan piacelsőségi állítást tett,
- a „fokozza az endorfin termelődését”, „segíti a kalcium beépülését”, „jobban mozognak az ízületek”, „immunrendszer erősítő” típusú állításokkal igazolatlan egészségre ható állítást tett.

A FOX CONSULTING Kft. ezzel megvalósította a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 6. § (1) bekezdés b) pontjában foglalt tényállást, és ezzel megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdését.

A fenti jogsértés megállapításán felül az eljáró versenytanács eltiltja a FOX CONSULTING Kft.-t fenti jogsértő kereskedelmi kommunikáció további folytatásától, amely eltiltásnak akkor felel meg az eljárás alá vont, ha a jelen határozat kézhezvételét követő 60 napon belül hitelt érdemlően igazolja az eljáró versenytanács felé, hogy a kifogásolt gyakorlatot mikor és hogyan módosította.

Az eljáró versenytanács a fenti jogsértés miatt a FOX CONSULTING Kft.-vel szemben 7.000.000,- Ft, azaz hétmillió forint versenyfelügyeleti bírságot szab ki, amely összeget a vállalkozás a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételi számlája javára köteles megfizetni a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül.

Végezetül az eljáró versenytanács megállapítja, hogy nem jogsértő az eljárás alá vont által alkalmazott „UV mentes” állítás.

A határozat ellen a kézhezvételtől számított 30 napon belül közigazgatási per indítható. A keresetlevelet a Gazdasági Versenyhivatalnál kell benyújtani elektronikusan az erre

rendszeresített űrlap^[1] használatával, mely a Gazdasági Versenyhivatal honlapján érhető el. A Gazdasági Versenyhivatal a keresetet az ügy irataival együtt továbbítja a közigazgatási perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező Fővárosi Törvényszéknek. A törvényszék eljárásában a jogi képviselő kötelező.

INDOKOLÁS

I.

Az eljárás tárgya

1. Az eljárást elrendelő, a versenyfelügyeleti eljárást megindító VJ/4/2019. számú végzés indokolása szerint a „Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) észlelte, hogy a FOX CONSULTING Kft. (a továbbiakban: eljárás alá vont vállalkozás vagy FOX CONSULTING) 2016. január 1-től kezdődően a KiwiSun franchise hálózat szolárium szolgáltatását népszerűsítő kommunikációs eszközein valószínűsíthetően nem megalapozottan, a fogyasztók megtévesztésére alkalmas módon tüntette fel
 - a „zöld bio”, „bio” és a „természet erejével” állításokat.
 - a „speciális fény”, a „világon egyedülálló technológia” és az „egész Európában piacvezető újdonság” állításokat.
 - „UV mentes”,
 - „fokozza az endorfin termelődését”,
 - „segíti a kalcium beépülését”,
 - „jobban mozognak az ízületek”,
 - „immunrendszer erősítő”.
2. Az eljárás alá vont vállalkozás által alkalmazott – a fentiekben példálózó jelleggel hivatkozott – kommunikációs gyakorlat valótlan információt tartalmaz, illetve valós tény – figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére – olyan módon jelenít meg, hogy az valószínűsíthetően alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az áru lényeges jellemzői tekintetében, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára késztesse, amelyet egyébként nem hozott volna meg.
3. A fenti és az azokhoz hasonló tartalmú állítások különböző kombinációi együttesen, összehatásukban valószínűsíthetően alkalmasak arra, hogy megtévesztő módon azt a látszatot keltsék a fogyasztó számára, hogy a KiwiSun szolgáltatásával az emberi szervezetre nem káros vagy kevésbé káros módon szoláriumozhat és ezzel egyben azt a látszatot is keltse, hogy a szoláriumainak használata egészséges és emiatt megkülönböztetett, egyedi jellegű a magyar szoláriumpiacon.
4. Ezzel az eljárás alá vont vállalkozás az Fttv. 6. § (1) bekezdésének b) pontjában foglalt tényállás megvalósításával valószínűsíthetően megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat.

II.

Az eljárás alá vont

5. A FOX CONSULTING-ot 2006. április 13-án jegyezték be a cégjegyzékbe.¹ Az eljárás alá vont főtevékenysége fizikai közérzetet javító szolgáltatás nyújtása², 2018. évi teljes nettó árbevétele 195 592 000Ft volt, a franchise tagdíjából a 2018. évben [Üzleti titok]³, míg a

^[1] http://www.gvh.hu/data/cms1041089/GVH_gvh_k01_19_01.jar

¹ VJ/4-20/2019. sz. feljegyzés 1. melléklete

² VJ/4-20/2019. sz. feljegyzés 1. melléklete

³ A eljáró versenytanács számítása a VJ/4-11/2019. 2. melléklet adatai alapján.

szoláriumszolgáltatás-értékesítésből a 2018. évben [Üzleti titok] Ft nettó árbevételt realizált.⁴

6. A FOX CONSULTING a kis- és középvállalkozásokról, fejlődésük támogatásáról szóló 2004. évi XXXIV. törvény értelmében kis- és középvállalkozásnak (KKV) minősül.

II.1. A KiwiSun franchise rendszer

7. A FOX CONSULTING nyilatkozata⁵ szerint 3 db szalont⁶ üzemeltet összesen.
8. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint a KiwiSun szolárium franchise hálózat 2006-ban kezdődött, amikor a FOX CONSULTING megnyitotta első KiwiSun szalonját Budapesten. Előadta, hogy a franchise rendszer koncepciójának kidolgozását követően 2007-től egyre többen csatlakoztak franchise partnerként a KiwiSun rendszerhez. Előadta továbbá, hogy 2019-ben⁷ 59 KiwiSun szalon működik Magyarországon.⁸ Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint 2019. július 29-én 57 db franchise partnere van Magyarországon.⁹
9. A FOX CONSULTING előadta, hogy kidolgozta a KiwiSun szolárium hálózat arculatát, működési rendjét és komputervezérlési, helyi marketing koncepciót, továbbá a KiwiSun arculati és névhasználati jogot.¹⁰
10. Az eljárás alá vont előadta továbbá, hogy a KiwiSun franchisor-eként a következő folyamatos szolgáltatásokkal építi a KiwiSun márkanévet, támogatja és fejleszti a KiwiSun szalonokat.¹¹
1. Hálózatfejlesztés és bővítés hazai és nemzetközi szinten
 2. Új szalonok tervezése, kivitelezési támogatások (szakértői tanácsadás)
 3. Új szalonok elindítása helyi képzéssel, helyi betanítással
 4. Központi iroda és diszpécser szolgálat fenntartása
 5. Technológiai fejlesztések (hardver-szoftver fejlesztések)
 6. Ingyenes oktatás és továbbképzés a recepciósnak (számos szakember közreműködésével, [Üzleti titok] teljes napos oktatás keretében)
 7. Informatikai fejlesztések (weboldal, Facebook Magazin, szalonvezérlő szoftverek, plasztik kártyás bérletrendszer bevezetése, on-line regisztrációs és bérletrendszer kifejlesztése, VIP előfizetéses bérletrendszer kifejlesztése stb.)
 8. Saját márkás kozmetikumok fejlesztése és gyártása, folyamatosan bővülő kínálattal
 9. Központi gyártás az egységes arculat és minőség érdekében (pl. plasztik bérletek, feliratok, üzletkártyák stb.)
 10. Minőségellenőrzési rendszer fenntartása, folyamatos szalon ellenőrzések (komplex szalon ellenőrzés, jegyzőkönyv a tulajdonosoknak az ellenőrzések tapasztalatairól, árupótlás helyszíni biztosítása)
 11. Hatósági bizonyítványok, igazolások aktualizálása
 12. Jogi háttér információk, hazai és nemzetközi jogászok közreműködésével
 13. Bőrgyógyász szakorvos ellenőrző felügyelete és tanácsadó munkája a reklám és egyéb kiadványokban, valamint az oktatásban
 14. Kozmetikus, kozmetológus szakemberek folyamatos tanácsadói felkérése
 15. A KiwiSun stratégiai terveinek kidolgozása a hazai és nemzetközi piachoz igazítva (célcsoport és koncepcionális marketing célok meghatározása)

⁴ A eljáró versenytanács számítása VJ/4-5/2019. 19. melléklet adatai alapján.

⁵ VJ/4-32/2019. 1. pont

⁶ Szalonok címei: 1027 Budapest, Margit krt. 48.; 1137 Budapest, Szent István krt. 18.; 1022 Budapest, Törökvész út 30.

⁷ [a beadvány írásának időpontjában]

⁸ VJ/4-5/2019. 2. pont

⁹ VJ/4-28/2019. 5. pont

¹⁰ VJ/4-5/2019. 2. pont

¹¹ VJ/4-5/2019. 2. pont

16. Központi és külsős gazdasági szakemberek alkalmazása
 17. KiwiSun arculat továbbfejlesztése, designer és belsőépítészek segítségével
 18. Marketing célok kitűzése és az eszközök biztosítása, megszervezése
 19. Kreatív feladatok, grafikai koncepciók kialakítása saját grafikusokkal
 20. Webmester + központi és szalon szintű Facebook oldalak menedzselése
 21. Folyamatosan reklámtevékenység a KiwiSun márkanév (brand) közismertségének fenntartásáért
 22. Sokoldalú managerek és szakemberek alkalmazása
 23. Folyamatos tájékoztatás, információ átadás, figyelemfelhívás
11. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint mindezeket a franchisor szolgáltatja a tagoknak, akinek viszont szigorú szabályoknak kell megfelelnie, amelyeket a felek franchise együttműködési megállapodás (a továbbiakban: franchise szerződés) keretében rögzítenek.¹²
 12. Az eljárás alá vont beadványához csatolta a franchise szerződés másolatát.¹³ A eljáró versenytanács az alábbiakban ismerteti a franchise szerződésnek a vizsgált magatartás szempontjából releváns rendelkezéseit.
 13. A franchise szerződés 12. pontja alapján [Üzleti titok]¹⁴
 14. Az eljárás alá vont előadta, hogy 2016. január 1. óta nem élt egyik franchise partnerrel szemben sem a franchise szerződés 21. pontjában foglalt [Üzleti titok].¹⁵
 15. Az eljárás alá vont a vizsgált időszakban franchise tagdíjból, szolgáltatásértékesítésből származó bevételeit, valamint a franchise partnerektől kapott marketing hozzájárulások mértékét a vizsgálati jelentés¹⁶ 4. számú melléklete tartalmazza.

¹² VJ/4-5/2019. 2. pont

¹³ VJ/4-5/2019. 4. melléklet

¹⁴ VJ/4-5/2019. 4. melléklet

¹⁵ VJ/4-32/2019. 3. pont

¹⁶ VJ/4-46/2019.

III. Az érintett szolgáltatás

16. Jelen versenyfelügyeleti eljárásban közvetlenül érintett szolgáltatás a „bioszolárium” néven kínált szolárium szolgáltatás.
17. A vizsgált szolgáltatással érintett szoláriumgépek, illetve szoláriumcsövek a meghatározott feszültséghatáron belüli használatra tervezett villamossági termékek forgalmazásáról, biztonsági követelményeiről és az azoknak való megfelelésértékeléséről szóló 23/2016. (VII. 7.) NGM rendelet 2. § 15. pontja alapján villamossági termékeknek minősülnek.

III.1. Az érintett piac

18. A eljáró versenytanács az érintett piacot a FOX CONSULTING nyilatkozatában előadottak alapján ismerteti.¹⁷
19. A FOX CONSULTING nyilatkozata szerint a magyarországi szolárium piacról nem készültek független, hivatalos szervek által készített kutatások, felmérések.¹⁸ A FOX CONSULTING előadta, hogy a 2000-es évek első felében kezdődött a hálózatba szervezett szoláriumok elterjedése Magyarországon, de ebben az időszakban még nem mutatott egységes képet, rendszert a gépek és szolárium csövek alkalmazása, tömegesen jelentek meg a teljesen önálló, független szalonok, melyek nem kötődtek egyik rendszerhez vagy gyártóhoz sem.¹⁹
20. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint ezt követően néhány évvel később, különféle koncepciók alapján kialakultak ún. szolárium hálózatok, melyek az adatszolgáltatás írásának időpontjában [2019. március 12.] már a piac jelentős részét képviselik. A FOX CONSULTING előadta, hogy 2006-ban alakult meg a KiwiSun franchise hálózat is, mely a rendezetlen és áttekinthetetlen hazai viszonyok közt kívánt egy egységesebb rendszert kínálni a magyar szoláriumpiacon.²⁰
21. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint a hazai hálózatokon kívül ma is rengeteg független szolárium szalon üzemel országszerte, mely jelzi, hogy a szolgáltatásra valós és folyamatos lakossági igény van.²¹
22. Az eljárás alá vont előadta, hogy a magyarországi **kínálati oldalon** működő, szolárium importtal, szervizeléssel, gyártással, és az ahhoz kapcsolódó egyéb szolgáltatással, nagykereskedelmi értékesítéssel foglalkozó, az eljárás alá vont által ismert szereplők az alábbi társaságok:
 - Hollandimpex Kft.,
 - Black Care Kft.,
 - Linea Africa Kft.,
 - E-Sun Kft.,
 - Sun System Kft.,
 - FOX CONSULTING Kft.,
 - Fényirány Kft.,
 - Sun Royal Kft.,
 - Q10Sol Kft.²²
23. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint a fentiek közül a Black Care Kft. nem üzemeltet szolárium szalont, tudomása szerint a többi cég saját maga is üzemeltet szolárium szalont

¹⁷ VJ/4-5/2019. 1. pont

¹⁸ VJ/4-5/2019. 1. pont

¹⁹ VJ/4-5/2019. 1. pont

²⁰ VJ/4-5/2019. 1. pont

²¹ VJ/4-5/2019. 1. pont

²² VJ/4-5/2019. 1. pont

vagy szalonokat.²³ Az eljárás alá vont előadta²⁴ továbbá, hogy tudomása szerint hazánkban több szolárium hálózat is működik, melyek a következők:

- 1) Coffee Love hálózat (33 egységes szalon, és 239 olyan szalon, amelyekben nagyjából ugyanolyan csöveket, plakátokat használnak),
- 2) Chocolate Brown csokiszolárium hálózat (98 közelítően egységes magyarországi szalon),
- 3) KiwiSun szolárium franchise hálózat (59 db egységes szalon),
- 4) Ergoline VIP és Ergoline Design szolárium hálózat (teljesen egyforma arculati elemeket és csöveket használó szalon, kb. 10-12 hasonló arculati elemeket és szinte egyforma csöveket használó szalon),
- 5) Dark Sun Szolárium hálózat (5 db szalon),
- 6) Sun House szolárium hálózat (5 db szalon).

24. A FOX CONSULTING a piac keresleti oldaláról az alábbiakat nyilatkozta. Előadta, hogy a keresleti oldal egyértelmű jellemzője ebben a szektorban is az ártényező dominanciája. Az eljárás alá vont előadta, hogy a fogyasztó arra törekszik, hogy egységnyi pénzért minél erőteljesebb kozmetikai hatást, azaz barnulást kapjon, a barnulás lehetőleg azonnal és gyorsan érzékelhetővé váljon. Tehát a fogyasztót mindenekelőtt a szolgáltatás árával és a gyors barnulás ígéretével lehet megszólítani.²⁵ A FOX CONSULTING nyilatkozata szerint a fogyasztók jellemzően a lehetséges egészségügyi hatásokat figyelmen kívül hagyva még mindig az egységnyi árért a gyorsabb barnulást ígérő szolárium szalonokat keresik elsősorban.²⁶
25. A FOX CONSULTING nyilatkozata szerint a szoláriumot használók köre nem tartozik egyik sérülékeny csoportba sem.²⁷
26. A FOX CONSULTING előadta, hogy közismert Magyarországon és Európában is, hogy a KiwiSun nem egy teljesítményalapú, erős szolárium.²⁸ Az eljárás alá vont arról nyilatkozott, hogy a célcsoport, amely előtt közismert/köztudott, hogy a KiwiSun nem egy teljesítményalapú rendszer, azokból a fogyasztókból áll, azok a szolárium felhasználók alkotják, akik jártak már gyors barnítási képességgel hirdetett szoláriumban és KiwiSun szoláriumban is.²⁹ Az eljárás alá vont nem csatolt a fenti kijelentésre vonatkozó további releváns kutatási anyagot vagy felmérést.
27. A FOX CONSULTING kereskedelmi kommunikációjának célcsoportja az eljárás alá vont nyilatkozata³⁰ alapján a 18. életévét betöltött fogyasztó. Az eljárás alá vont szerint a szolárium használatával kapcsolatos fogyasztói percepció a hatás, a várt barnulás bekövetkezése, kikapcsolódás, relaxáció, higiénia, tisztaság, légkör, illat, a személyzet szakértelme, kedvessége és embersége.³¹

IV.

A vizsgált kereskedelmi kommunikáció

28. Az eljárással érintett, 2016. január 1-től alkalmazott kereskedelmi kommunikációk részletes tartalmát a jelen határozat 1. számú melléklete mutatja be.

²³ VJ/4-5/2019. 1. pont

²⁴ VJ/4-5/2019. 1. pont

²⁵ VJ/4-5/2019. 1. pont

²⁶ VJ/4-5/2019. 1. pont

²⁷ VJ/4-5/2019. 4. pont

²⁸ VJ/4-5/2019. 10. pont

²⁹ VJ/4-15/2019. 3. pont

³⁰ VJ/4-5/2019. számú adatszolgáltatás

³¹ VJ/4-5/2019. 11. pont

29. A eljáró versenytanács a vizsgált kereskedelmi kommunikációt az alábbi bontásban mutatja be:

- 1) a „**zöld bio**”, „**bio**” és a „**természet erejével**”, valamint a hasonló állítások (a továbbiakban: *Első állításcsoport*),
- 2) a „**speciális fény**”, a „**világon egyedülálló technológia**” és az „**egész Európában piacvezető újdonság**”, valamint a hasonló állítások (a továbbiakban: *Második állításcsoport*), valamint
- 3) az „**UV mentes**”, „**fokozza az endorfin termelődését**”, „**segíti a kalcium beépülését**”, „**jobban mozognak az ízületek**”, „**immunrendszer erősítő**” állítások (a továbbiakban: *Harmadik állításcsoport*).

30. Az eljáró versenytanács azt állapította meg, hogy az eljárás alá vont által 2016. január 1. óta a „bioszolárium” szolgáltatás népszerűsítése alkalmazott kereskedelmi gyakorlat megvalósult az alábbi kommunikációs eszközökön:

- rádió,
- natív hirdetés,
- sajtóhirdetés (kuponok),
- plakát (szalonokban kihelyezett),
- kirakatmatrica,
- szórólap,
- járműreklám,
- saját weboldal (<https://www.kiwisun.hu>),
- YouTube,
- Facebook (szalonok oldalai, márkoldal).

31. Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a vizsgálat három megyét érintő földrajzi kiterjedtségben tárta fel a szolgáltatást népszerűsítő kommunikációt (ld. pl. Budapest, Miskolc, Debrecen, Szombathely, Veszprém településeken élő fogyasztókat célzó posztok).

32. Az eljáró versenytanács a feltárt Facebook kommunikációk kapcsán felhívja a figyelmet az eljárás alá vont nyilatkozatára, miszerint franchisoroként ellátja a központi és szalon szintű Facebook oldalak menedzselését.³²

33. Az eljárás alá vont előadta, hogy mint franchisor évente rendszeresen szervez országos kampányokat, akciókat, jellemzően az aktuális évszakokhoz, az induló szezonhoz és a különböző ünnepkörökhöz kapcsolódóan. Ezen túl esetenként, egyes új szolárium kozmetikum vagy egyéb kiskereskedelmi célra szánt termék bevezetése esetén is indított alkalmi jelleggel akciókat. Az akciók döntő többségében időszakos árkedvezményrel hívják fel az eljárás alá vont szolgáltatásaira a vendégek figyelmét. Az egyes szalonok az árkedvezményeket az általuk mindenkor alkalmazott árakból nyújtják a vendégek részére. Az eljárás alá vont az akciók során kész beltéri grafikát, Facebook célra alkalmas grafikai anyagot biztosít a partnerek számára, amelyet email útján küld ki partnereinek. Előadta továbbá, hogy nincs azonban kizárva, hogy a franchise partnerek a franchise szerződés 21. pontjában foglaltak alapján [Üzleti titok].³³

34. Az eljárás alá vont előadta, hogy egyes esetekben rádió reklám szpottal is támogatja az akciót, valamint egyidejűleg online eszközöket is alkalmaz, ezért a www.kiwisun.hu központi weboldalra és a Kiwisun Facebook oldalára is kikerül a kreatív anyag. Az eljárás alá vont megküldte az utóbbi 3 hónapra vonatkozóan elhangzott rádiós hirdetéseit. Ezzel

³² VJ/4-5/2019. 2. pont

³³ VJ/4-11/2019. 1. pont

kapcsolatban előadta, hogy a korábbi rádiós hirdetések anyaga már nem áll rendelkezésére.³⁴

35. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint a franchise szerződés 21. pontja alapján a vizsgált időszakban a franchise partnereknek írásban, e-mail útján beltéri reklámhordozókat³⁵ küldött meg, lényegében ezek szolgáltattak mind formai (megjelenési) szempontból mind tartalmuk szerint iránymutatásként. Előadta, hogy a szerződésben ezt a kikötést azért alkalmazta, hogy az országban minden partnere egységes megjelenés és tartalmi feltételek mellett, igényes grafikai kivitelezésben tájékoztathassa a vásárlókat az egyes akciókról. Továbbá ezen az iránymutatásokkal az is volt az eljárás alá vont célja, hogy kontrollálni tudja a megjelenéseket jogi szempontból.³⁶
36. Az eljárás alá vont benyújtotta a „KiwiSun Szolárium Franchise Know-How Tematikai és arculati kézikönyv” másolatát.³⁷ Az eljárás alá vont előadta, hogy a kézikönyvben szereplő ismertető, tájékoztatók döntően a Kiwisun franchise szalon tervezéshez, kiépítéshez nyújtanak közvetlen segítséget a partnereknek.³⁸ Előadta továbbá, hogy a kézikönyv elkészítésében a FOX CONSULTING és a Black Care Kft (mint a gépek gyártója) vett részt.³⁹ A eljáró versenytanács eltekint a kézikönyv tartalmának bemutatásától, mert az nem tartalmaz az eljárással érintett kereskedelmi gyakorlattal kapcsolatos információkat.
37. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint rajta kívül nincs egyéb közreműködő és nem bízott meg külön reklámügynökséget az alkalmazott kereskedelmi kommunikációk megalkotására.⁴⁰

IV.1. Első állításcsoport

38. Az eljárás alá vont előadta, hogy a 2013. év első felében vezette be a „KiwiSun Bioszolárium” márkanévet a szalonokban nyújtott szolgáltatások összességének megkülönböztető megjelölésére.⁴¹ A FOX CONSULTING nyilatkozata szerint a „zöld bioszolárium” és a „természet erejével” kommunikációs elemeket a zöld színű szolárium csövek 2013. év tavaszától történő fokozatos bevezetésével egyidejűleg kezdte használni.⁴²
39. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint a „zöld bio” és „bio” megnevezések a FOX CONSULTING védjegyeinek részét képezik, a „zöld bio” és a „bio” megnevezéseket külön, egyedülállóan nem használja.⁴³ Előadta, hogy a „zöld bio” és „bio” megjelöléseket a megfelelő szóösszetételben védjegyként, márkanevként, illetve az életfolyamatokkal, flórával és faunával kapcsolatosan⁴⁴ használja, amelyek az adatszolgáltatásban foglaltak szerint csak összehatásukban és nem kiragadott szavakként értelmezhetőek.⁴⁵

IV.1.1. Védjegyoltalom

40. Az eljárás alá vont előadta, hogy a „bioszolárium” hazai és EU védjegyoltalommal védett márkaneve.⁴⁶ Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint a Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala (a továbbiakban: SzTNH) által vezetett nyilvántartás szerint védjegyoltalommal rendelkezik az alábbi megjelölésekre is:

³⁴ VJ/4-11/2019. 1. pont

³⁵ VJ/4-11/2019. 1. melléklet

³⁶ VJ/4-11/2019. 2. pont

³⁷ VJ/4-28/2019. melléklete

³⁸ VJ/4-28/2019. 1. pont

³⁹ VJ/4-28/2019. 1. pont

⁴⁰ VJ/4-5/2019. 14. pont

⁴¹ VJ/4-5/2019. 3. pont

⁴² VJ/4-15/2019. 1. pont

⁴³ VJ/4-5/2019. 13. pont

⁴⁴ VJ/4-5/2019. 3. és 4. pontjai

⁴⁵ VJ/4-5/2019. 13. pont

⁴⁶ VJ/4-5/2019. 4. pont

- KiwiSun Bioszolárium szövédjegy
- ZÖLD BIOSZOLÁRIUM színes ábrás védjegy
- BIOSZOLÁRIUM kiwisun színes ábrás védjegy.⁴⁷

41. Előadta továbbá, hogy Európai Unió védjegyjoltalomban részesült a Kiwi Sun Biosolarium szó megnevezés is.⁴⁸

IV.1.1.1. Az SZTNH nyilatkozata

42. A GVH megkereste az SZTNH-t, hogy nyilatkozzon arra vonatkozóan, hogy a védjegyek és a földrajzi árujelzők oltalmáról szóló 1997. évi XI. törvény (a továbbiakban: Vt.) szerinti érdemi vizsgálat során *milyen szempontok* alapján vizsgálta azt, hogy a versenyfelügyeleti eljárással érintett fenti megjelölések alkalmasak-e a fogyasztók megtévesztésére.

43. Az SZTNH előadta, hogy a megjelölések védjegykénti lajstromozásának feltételeit, valamint az SZTNH által a védjegyeljárásokban követendő jogszabályi rendelkezéseket a Vt. határozza meg. Az SZTNH nyilatkozata szerint a megjelölések védjegyként való lajstromozásának akadályát képező feltétlen kizáró okokat (Vt. 2-3. §) a védjegy lajstromozására irányuló eljárás során hivatalból vizsgálja, míg a viszonylagos kizáró okok (Vt. 4-6. §) esetében a védjegybejelentés elutasítására kizárólag a korábbi akadályozó jog jogosultja által benyújtott felszólalás alapján kerülhet sor.⁴⁹

44. Az SZTNH előadta, hogy a védjegyjoltalomra bejelentett megjelölés megtévesztő jellege a védjegykénti lajstromozás akadályát képező, az SZTNH által hivatalból vizsgálandó feltétlen kizáró ok. A Vt. 3. § (1) bekezdés b) pontja alapján ugyanis nem részesülhet védjegyjoltalomban a megjelölés, ha az alkalmas a fogyasztók megtévesztésére, különösen az áru, illetve a szolgáltatás fajtája, minősége, földrajzi származása vagy egyéb tulajdonsága tekintetében.⁵⁰

45. Az SZTNH válaszlevelének mellékleteként megküldte a hivatkozott három nemzeti védjegyügy iratainak másolatát.⁵¹

IV.2. Második állításcsoport

46. A FOX CONSULTING nyilatkozata szerint az „*egész Európában piacvezető újdonság*” kommunikációs elemet 2016 októberétől használta helyenként, a zöld színű szolárium csövek egyediségére utalva. Előadta továbbá, hogy a „*világon egyedülálló technológia*” és a „*speciális fény*” kommunikációs elemek 2016 nyarától kerültek alkalmazásra helyenként.⁵²

47. Az eljárás alá vont előadta, hogy az általa működtetett franchise rendszerhez tartozó szolárium szalonokban alkalmazott fénycsövek típusa a SkinAngel Bio Green szoláriumcső.⁵³ Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint a SkinAngel Bio Green csövek gyártója a JW Sales Gmbh., magyarországi forgalmazója pedig a Black Care Kft.⁵⁴

48. A FOX CONSULTING beadványához csatolta⁵⁵ a szolárium csövek fényképét, melyek gyári feliratain láthatóak a csökkentett 15V-os kibocsátási értékek, amely a 100W-os

⁴⁷ VJ/4-5/2019. 4. pont

⁴⁸ VJ/4-5/2019. 4. pont

⁴⁹ VJ/4-14/2019.

⁵⁰ VJ/4-14/2019.

⁵¹ VJ/4-14/2019. mellékletei

⁵² VJ/4-15/2019. 1. pont

⁵³ VJ/4-5/2019. 7. pont. Az eljárás alá vont előadta, hogy esetenként megtalálhatók [a szoláriumgépekben] más szolárium csövek is. Ld. VJ/4-5/2019. 7. pont

⁵⁴ VJ/4-15/2019. 5. pont

⁵⁵ VJ/4-5/2019. 12. melléklet

- csövek esetében 43/5,6, a 160W-os csövek esetében 46/3,9.⁵⁶ Az eljárás alá vont beadványához csatolta⁵⁷ az UV kibocsátás értelmezését, leírását is.
49. Az eljárás alá vont beadványához csatolta⁵⁸ továbbá a magyarországi szolárium piacon legelterjedtebb szolárium csövek emblémájának fényképeit. Nyilatkozata szerint ezeken jól látható, hogy sugárzási értékük jelentősen meghaladja az általa használt Skin Angel BioGreen csövek sugárzási értékét.⁵⁹ Nyilatkozatában előadta továbbá, hogy a hazai piacon jellemzően elterjedt szolárium csövek sugárzási értéke és a KiwiSun szoláriumokban alkalmazott Skin Angel BioGreen szolárium csövek UV kódjai nagymértékben eltérnek. Példaként hivatkozott a következőkre: a Chocolate Brown Top Medium 160W szoláriumcső 11V kódja 93/7,5 a Chocolate Brown Top Dark 160W szoláriumcső UV kódja 150/13,0, a Sexy Cacao 160W szoláriumcső UV kódja 157/11,9, a Vadbarna 160W szoláriumcső 11V kódja 115/7,6.⁶⁰ Előadta, hogy ezekkel szemben a Skin Angel BioGreen 100W szoláriumcső UV kódja csak 43/5,6 és Skin Angel BioGreen 160W szoláriumcső UV kódja 46/3,9, amelyek figyelemre méltó különbséget mutatnak.⁶¹
50. Az eljárás alá vont beadványához csatolta a Magyarországon általánosan elterjedt és a KiwiSun szolárium gépek teljesítmény felvételi különbségek igazolására vonatkozó összehasonlítást,⁶² melyben előadta, hogy a KiwiSun gépei úgy lettek kialakítva, hogy egyáltalán nincsenek bennük nagy teljesítményű, 520W-os, koncentrált fényt sugárzó kvarc halogén lámpatestek, helyettük 25W-os lámpatestek vannak beépítve, összesen 8 db arcbarító cső. Nyilatkozata szerint a felső csősor esetében tehát nincsenek a hálózatában rendkívül erős kvarc halogén reflektorok, darabonként akár 520 W-os teljesítménnyel, amelyek más gépeknél az arcbőr fokozott barnítására szolgálnak. A FOX CONSULTING előadta, hogy az arcbarító lámpák összteljesítménye hagyományos gépek esetében kb. $4 \times 520W = 2080W$, amíg ugyanezt a funkciót betöltő arcbarító csövek összteljesítménye a KiwiSun rendszerében csak $8 \times 25W = 200W$, a különbség tehát összesen 1880W. Előadta továbbá, hogy számszerűen kifejezve ennyivel gyengébb teljesítmény éri az érzékeny arcbőr területet a KiwiSun gépeknél, ezért ennyivel is gyengébb és kíméletesebb maga a rendszer.⁶³
51. Az eljárás alá vont előadta továbbá, hogy az általánosan elterjedt szolárium gépekben, az alsó sorban 160W-os szoláriumcsövek működnek, a KiwiSun szalonokban kizárólag 100W-os szolárium csövek vannak alul elhelyezve, ezért csövenként 60W a teljesítménycsökkenés az alsó csősornál, összesen $21 \times 60W = 1260W$ a különbség.⁶⁴
52. A FOX CONSULTING nyilatkozatához csatolta⁶⁵ továbbá a KiwiSun szoláriumokban alkalmazott szolárium csövekről a műszaki adatlapokat, a CE tanúsítványokat, egyenérték igazolásokat és a sugárbiológiai szakvéleményeket is. Ez utóbbiak mérési eredményeinek értékelése szerint a vizsgált Skinangel Biogreen fénycsövek esetében [Üzleti titok]⁶⁶ Az eljárás alá vont előadta továbbá, hogy a szoláriumokban mérhető sugárzás értéke nem azonos az egyes csövek sugárzási értékeivel, arra befolyással van a gép teljesítménye, üzemi feszültsége, a beépített csövek száma, az alkalmazott plexi fényáteresztő képessége,

⁵⁶ VJ/4-5/2019. 7. pont

⁵⁷ VJ/4-5/2019. 13. melléklet

⁵⁸ VJ/4-5/2019. 14. melléklet

⁵⁹ VJ/4-5/2019. 7. pont

⁶⁰ VJ/4-5/2019. 7. pont

⁶¹ VJ/4-5/2019. 7. pont

⁶² VJ/4-5/2019. 16. melléklet

⁶³ VJ/4-5/2019. 10. pont

⁶⁴ VJ/4-5/2019. 10. pont

⁶⁵ VJ/4-5/2019. 15. melléklet

⁶⁶ VJ/4-5/2019. 15. melléklet

a csövek életkora, a hőmérséklet, a csövek közötti távolság, a csövek besugárzási szöge is.⁶⁷

53. A FOX CONSULTING nyilatkozata szerint a megtervezetten elosztott teljesítmény a rendszer része, a szolárium gép teljesítménye és azon belül a csövek elrendezése, valamint a csövek mérsékelt teljesítménye egy összehangolt, kíméletesebb szolgáltatást tesznek lehetővé, amely tényezők együttesen egy rendszert alkotnak, ez a KiwiSun rendszer lényege.⁶⁸

54. Az eljárás alá vont nyilatkozata⁶⁹ szerint a természetközeli élményen túl egyik szolárium szolgáltatónál sem teljesülnek sehol máshol együttesen az alábbi feltételek:

- teljesen egységes géppark, a hálózat összes szalonját tekintve,
- tökéletesen egységes arculat minden szalonban („zöld” koncepció),
- zöld fénycsövek használata,
- egységes relaxációs hangterápia,
- központilag közvetített zeneszolgáltatás és információs szpot a szalonokban,
- a hálózat összes szalonja kvarchalogén mentes fényforrásokkal működik,
- saját KiwiSun szalonvezérlő szoftver alkalmazása számos funkcióval,
- egységes minőségellenőrzési rendszer,
- központi szakmai oktatás és továbbképzés az eladók részére (orvos bőrgyógyász,
- kozmetológus által végzett tréningek,
- orvosi szakértői háttér (ld. becsatolt szakvélemények),
- minden üzletben azonos egyéb termékkínálat (p1. kozmetikumok),
- online bérletvásárlási lehetőség,
- online és szalonban vásárolható KiwiSun ajándékkártya,
- saját márkás kozmetikum család,
- saját üdvözlő és elköszönő szöveg a kabinokban,
- fém géptest a professzionális használatra tervezve,
- önállóan kapcsolható lábszárbarnító,
- infravörös előkezelés választható az infraszoláriumban,
- egységes üzleti koncepció szerint működtetett rendszer.

55. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint a KiwiSun szalonokban alkalmazott egyes szolárium gépekben az UV sugárzók mellett több infra sugárzó fényforrás is megtalálható. Nyilatkozata szerint ez azt jelenti, hogy a szolárium csövek mellett beépítésre kerültek, azokkal párhuzamos elrendezésben, UV fényt nem kibocsátó speciális infrasugárzók is, amelyek infra sugárzást is biztosítanak.⁷⁰

IV.3. Harmadik állításcsoport

56. Az eljárás alá vont az „UV mentes” állítással kapcsolatban előadta, hogy ezt a megjelölést az egyes szalonokban megtalálható UV mentes barnító kabin vonatkozásában használta. Nyilatkozata szerint ez a berendezés méreteinél fogva nem mindenhol helyezhető el.⁷¹ Az eljárás alá vont beadványához mellékelte⁷² az AQUA TAN UV mentes barnító kabin fotóját és működésének ismertetését. Előadta továbbá, hogy az „UV mentes” barnító kabinok 2010-ben kerültek bevezetésre.⁷³

57. A FOX CONSULTING a további, „fokozza az endorfin termelődését”, „segíti a kalcium beépülését”, „jobban mozognak az ízületek”, „immunrendszer erősítő” és a hasonló

⁶⁷ VJ/4-5/2019. 8. pont

⁶⁸ VJ/4-5/2019. 10. pont

⁶⁹ VJ/4-5/2019. 5. pont

⁷⁰ VJ/4-5/2019. 5. pont

⁷¹ VJ/4-5/2019. 6. pont

⁷² VJ/4-5/2019. 8. melléklet

⁷³ VJ/4-15/2019. 1. pont

tartalmú állításokkal (együttesen: emberi szervezetre gyakorolt pozitív hatások) állításokkal kapcsolatban a következőkről nyilatkozott.

58. A FOX CONSULTING nyilatkozata szerint a „fokozza az endorfin termelődését”, „segíti a kalcium beépülését”, „jobban mozognak az ízületek” és „immunrendszer erősítő” kommunikációs elemek 2016 nyarától kerültek alkalmazásra helyenként.⁷⁴ Ezzel kapcsolatban előadta továbbá, hogy a „segíti a kalcium beépülését”, „jobban mozognak az ízületek” és „immunrendszer erősítő” állítás csak néhány helyen került felhasználásra a D-vitaminnal összefüggésben 2016-tól.⁷⁵ A eljáró versenytanács megjegyzi, hogy az eljárás alá vont nem nyújtotta be a kereskedelmi kommunikációk ismertetésekor, hogy ezen állításokat pontosan milyen felületeken alkalmazta.
59. Az eljárás alá vont előadta, hogy [Üzleti titok]⁷⁶
60. A FOX CONSULTING nyilatkozata szerint a KiwiSun szolárium franchise hálózatban [Üzleti titok] rendez a KiwiSun franchise partnerek és a KiwiSun szalonokban dolgozó recepciósök részére szakmai oktatási napokat, melyekre különféle szakterületekről (értékesítés, motiváció, kommunikáció, stb.) hív meg vendég előadókat. Az eljárás alá vont erre tekintettel kérte fel előadónak [Üzleti titok]⁷⁷
61. Az eljárás alá vont kettő reklámvideót készített Dr. J. E. bőrgyógyással. A „*Kiwisun a bőrgyógyász szemevel.mp4*”, valamint „*Kiwisun orvosi szempontból.mp4*” elnevezésű reklámfilmekkel⁷⁸ kapcsolatban az eljárás alá vont a következőkről nyilatkozott. Előadta, hogy [Üzleti titok].⁷⁹
62. Az eljárás alá vont beadványához csatolta⁸⁰ a FOX CONSULTINGnak a Dr. J. E.-rel, valamint Dr. M. A.-val kötött megbízási szerződéseit.
63. A megbízási szerződés alapján Dr. J. E., mint megbízott az alábbi feladatok elvégzését vállalta: [Üzleti titok]⁸¹ A megbízási szerződés alapján Dr. M. A., mint megbízott, az alábbi feladatok elvégzését vállalta: [Üzleti titok].⁸²

V. A bizonyítékok

64. Az eljárás alá vont a vizsgálat tárgyává tett állításait az alábbiak szerint kívánta bizonyítani:

V.1.1. Az eljárás alá vont Első állításcsoportra vonatkozó bizonyítékai

65. A eljáró versenytanács az alábbiakban ismerteti az eljárás alá vont „zöld bio”, „bio” és „természet erejével” és a hasonló tartalmú állítások valóságtartalmának alátámasztására benyújtott releváns nyilatkozatait.
66. A FOX CONSULTING nyilatkozata szerint a „bioszolárium” egy *fantáziánév*.⁸³
67. Az eljárás alá vont beadványában többször előadta, hogy a „bio” szót nem az ökológiai termelésről és az ökológiai termékek címkézéséről és a 2092/91/EGK rendelet hatályaon kívül helyezéséről szóló a TANÁCS 2007. június 28-i 834/2007/EK Rendelet (a továbbiakban: *EU Rendelet*) és a mezőgazdasági termékek és élelmiszerek ökológiai gazdálkodási követelmények szerinti tanúsításáról, előállításáról, forgalmazásáról,

⁷⁴ VJ/4-15/2019. 1. pont

⁷⁵ VJ/4-15/2019. 1. pont

⁷⁶ VJ/4-11/2019. 5. pont

⁷⁷ VJ/4-11/2019. 4. pont. Az eljárás alá vont e beadvány 3. mellékletében csatolta a prezentáció anyagát.

⁷⁸ VJ/4-5/2019. 20. melléklet

⁷⁹ VJ/4-11/2019. 7. pont

⁸⁰ VJ/4-11/2019. 4. melléklet

⁸¹ VJ/4-11/2019. 4. melléklet

⁸² VJ/4-11/2019. 4. melléklet

⁸³ VJ/4-5/2019. 3. pont

jelöléséről és ellenőrzésének eljárásrendjéről szóló 34/2013. (V. 14.) VM rendeletben (a továbbiakban: VM Rendelet) foglalt ökológiai értelemben használja.⁸⁴ Ennek kapcsán előadta, hogy a „bio” jelzöt ilyen tekintetben nem is használhatná, mivel a szolárium köztudottan nem kapcsolódik ökológiai termeléshez, valamint, hogy a „bio” szó használatára ugyancsak nem terjed ki a VM Rendelet hatálya.⁸⁵ Az eljárás alá vont előadta továbbá, hogy a VM Rendelet a mezőgazdasági termékek és élelmiszerek ökológiai gazdálkodási követelmények szerinti tanúsításáról, előállításáról, forgalmazásáról, jelöléséről és ellenőrzésének eljárásrendjének szabályait állapítja meg. Nyilatkozata szerint ez a VM Rendelet is igazolja, hogy csak bizonyos termékek tekintetében értelmezhető az EU Rendelet szerinti „bio” szó, úgy mint élelmiszerek, mezőgazdasági termékek, amely kategóriába a szoláriumok nem sorolhatók be.⁸⁶

68. A FOX CONSULTING nyilatkozata szerint a „bio-” görög eredetű előtagként az életfolyamatokkal való kapcsolatot jelöli, úgy, mint biológia, azaz az élőlényekkel foglalkozó tudományok összessége, amely a flórából és faunából áll. A flóra a növényzetet, növényvilágot testesíti meg, míg a fauna az állatvilágot jeleníti meg.⁸⁷ Előadta, hogy mindezt szeretné megjeleníteni egységes arculatában.⁸⁸
69. Az eljárás alá vont előadta, hogy mindkettőt szimbolizálja a „természet hangjai” szolgáltatása. Előadta, hogy ennek keretében a fogyasztó kiválaszthatja, hogy szoláriumozás közben a flórát kívánja maga elé idézni azzal, hogy az erdő zúgását, vagy a tenger hullámzását kívánja hallgatni, vagy pihenés közben a faunát kívánja maga elé képzelni az „esőerdő madarai” hangszolgáltatással. Mindezeket a szoláriumban lévő gombok kiválasztásával tudja elindítani a fogyasztó.⁸⁹ Előadta továbbá, hogy a flóra közelségét imitáló zöld fényű szolárium csöveket (Skin Angel Bio Green) ebből a célból szerezte be. Ezek beszerzésével vált egységessé az üzlet és az abban nyújtott szolgáltatás megjelenése, a domináns zöld szín, a természet, a flóra színe.⁹⁰
70. Előadta továbbá, hogy ugyancsak a természetközeli élményt, a flóra és a fauna jelenlétét kívánja az „őserdő frissítő permet” szolgáltatásával is életre kelteni, továbbá a zöld színű csövekkel és a szolárium-üzlet teljes zöld színű megjelenítésével és díszletével kívánja tovább fokozni a növényvilág közelségét.⁹¹
71. A FOX CONSULTING többször előadta, hogy a bioszolárium kifejezést márkanévként használja a KiwiSun Bioszolárium megnevezés részeként, utalva arra, hogy szoláriumában a fogyasztónak természetközeli élményben lehet része.⁹² A FOX CONSULTING nyilatkozata szerint a fenti koncepcióba illesztve vezette be 2013-ban a szolárium gépekben a SkinAngel Biogreen zöld színű szolárium csöveket.⁹³
72. Az eljárás alá vont előadta, hogy a Bioszolárium megnevezés a márkanevében ezen asszociáción alapul.⁹⁴

V.1.2. Az SZTNH nyilatkozata

73. Az SZTNH a FOX CONSULTING védjegyoltalomban részesült megjelöléseivel kapcsolatban a következőkről tájékoztatott.

⁸⁴ VJ/4-5/2019. 4. pont

⁸⁵ VJ/4-5/2019. 4. pont

⁸⁶ VJ/4-5/2019. 4. pont

⁸⁷ VJ/4-5/2019. 4. pont

⁸⁸ VJ/4-5/2019. 4. pont

⁸⁹ VJ/4-5/2019. 4. pont

⁹⁰ VJ/4-5/2019. 4. pont

⁹¹ VJ/4-5/2019. 4. pont

⁹² VJ/4-5/2019. 4. pont

⁹³ VJ/4-5/2019. 4. pont

⁹⁴ VJ/4-5/2019. 4. pont

74. Az SZTNH előadta, hogy gyakorlata szerint megtévesztésre alkalmas a megjelölés akkor, ha olyan információt vagy utalást tartalmaz, amely – a megjelölésnek, illetve a megjelölés bármely elemének és az árujegyzéknek, esetleg a bejelentő állampolgárságának/székhelyének az összevetése alapján – nem felel meg a valóságnak, és ezáltal a fogyasztókat a védjeggyel ellátott áru származása vagy egyéb tulajdonsága tekintetében téves következtetésre vezetheti, tévedésbe ejtheti. *A fogyasztók megtévesztésére való alkalmasság védjegyjogi szempontból kizárólag a védjegyet alkotó megjelölésből és az árujegyzékből, illetve a kettő kapcsolatából kiindulva vizsgálható.*⁹⁵ A fogyasztók megtévesztése, mint kizáró ok általában az olyan védjegyekkel kapcsolatban merülhet fel, amelyeknél vagy a megjelölés vagy az árujegyzék a termék valamilyen speciális származására, fajtájára vagy minőségére utal, illetve ahol a megjelöléshez valamilyen pozitív fogyasztói előítélet, várakozás kapcsolódik, amit a védjeggyel ellátott termék vagy a szolgáltatás nem igazol (ld. a Kúria LB-H-PJ-2007- 71. számon publikált polgári ügyben hozott döntése).⁹⁶
75. Az SZTNH tájékoztatása alapján lényeges szempont továbbá, hogy a Vt. 3. § (1) bekezdés b) pontja az „alkalmas a fogyasztók megtévesztésére” kifejezést használja, amelyből egyértelműen következik, hogy a hivatkozott feltétlen kizáró ok nem csupán a fogyasztó tévedésének tényleges megtörténte esetén alkalmazható, hanem akkor is, ha a megtévesztés veszélye felmerül. Ennek a veszélynek azonban – a hivatali, bírósági és európai bírósági gyakorlat alapján – kellően komolynak kell lennie, amelyet a következő tényezők figyelembevételével kell megítélni. A megjelölés által közvetített üzenetnek kellően világosnak és pontosnak kell lennie ahhoz, hogy a megtévesztés reális veszélye felmerüljön. Amennyiben például a vizsgált árujelző nem konkrét termék- vagy szolgáltatásfajtát tartalmaz, hanem csupán utal azok jellegére, a megtévesztés kockázata nem szükségképpen merül fel.⁹⁷
76. Az SZTNH előadta, hogy a megjelölés megtévesztésre való alkalmasságának vizsgálatakor is irányadó az a védjegyjogi alapelv, hogy a szokásosan tájékozott, ésszerűen figyelmes és körültekintő fogyasztó ismeretanyagát, ítélőképességét kell alapul venni (ld. többek között az Európai Bíróság által a C-210/96. számú Gut Springenheide & Tusky-ügyben hozott ítélet 31. pontját és a C-53/01– C-55/01. számú Linde & Others ügyben született döntés 41. pontját). Mindazonáltal nem tagadható, hogy bizonyos áru- és szolgáltatási fajták esetében a fogyasztók vásárlási szokásai, ezáltal figyelmi szintje is eltérő lehet. Másként mérlegeli a vásárlást a fogyasztó például a mindennapi fogyasztási cikkek (pl. élelmiszerek), illetve az elektronikai vagy luxuscikkek esetében. Azon árukörök esetében, ahol a fogyasztói figyelem szokásosan alacsonyabb szintű, a megtévesztés nagyobb eséllyel fordulhat elő. Jelentősséggel bír továbbá az a körülmény is, hogy a megtévesztés jellege képes-e a fogyasztó üzleti döntésének befolyásolására.⁹⁸
77. Az SZTNH utalt továbbá arra, hogy a kialakult joggyakorlat szerint ugyanakkor nem eredményezi a fogyasztók megtévesztését a megjelölésben foglalt olyan információ vagy utalás, amelyet a fogyasztók nem tekintenek valóságos információnak a védjeggyel ellátott áru valamely jellemzője tekintetében.⁹⁹
78. A GVH megkeresésével érintett ügyekben a bejelentő a „KiwiSun Bioszolárium” szóösszetétel, a „BIOSZOLÁRIUM kiwisun” színes ábrás megjelölés, valamint a „ZÖLD BIOSZOLÁRIUM” színes ábrás megjelölés lajstromozását igényelte a 44. osztályba sorolt „humán higiéniai és szépségápolási szolgáltatások; szépségszalonokkal kapcsolatos

⁹⁵ VJ/4-14/2019.

⁹⁶ VJ/4-14/2019.

⁹⁷ VJ/4-14/2019.

⁹⁸ VJ/4-14/2019.

⁹⁹ VJ/4-14/2019.

szolgáltatások; szolárium szolgáltatások; aromaterápiás szolgáltatások; egészséggel kapcsolatos tanácsadó szolgáltatások” tekintetében.¹⁰⁰

79. Az SZTNH a lajstromozási eljárások során megállapította, hogy a hivatkozott megjelölésekben szereplő szóelemek nem közvetítenek olyan információt, amely az árujegyzékben szereplő szolgáltatások valamely tulajdonsága, jellemzője tekintetében a fogyasztókat téves következtetésre vezetheti. A „kiwi”, a „zöld”, illetve a „bio” kifejezéseket a releváns fogyasztók fantáziaszavakként, nem pedig az érintett szolgáltatások tulajdonságára utaló kifejezéseként értelmezhetik, így e szóelemek tekintetében a fogyasztók megtévesztésének veszélye nem merül fel. A „szolárium”, illetve a „sun” kifejezések jelentéstartalma pedig összhangban áll az árujegyzékben szereplő szolgáltatások jellegével, ezáltal e kifejezések sem kölcsönöznek megtévesztő jelleget a hivatkozott megjelöléseknek.¹⁰¹
80. Az SZTNH kiemelte, hogy nem tartozik a hatáskörébe a már lajstromozott védjegyek piaci megjelenés során történő tényleges használatának ellenőrzése, különös tekintettel arra, hogy a védjegyoltalom olyan megjelölésre is igényelhető, amellyel annak jogosultja még nem lépett piacra. Mindemellett önmagában az a körülmény, hogy egy megjelölés védjegyoltalom alatt áll, nem ad felmentést más jogszabályi rendelkezések megtartásának a kötelezettsége alól. Ebből következően előfordulhat, hogy az SZTNH által lajstromozott védjegy tényleges használata során a jogosult megsérti a rá nézve irányadó jogszabályok rendelkezéseit, ennek megállapítása azonban nem tartozik az SZTNH feladatkörébe.¹⁰²
81. Az SZTNH nyilatkozata szerint megállapítható, hogy a GVH megkeresésével érintett védjegyeljárások során az SZTNH a vonatkozó jogszabályi előírásoknak és a kialakult joggyakorlatnak megfelelően, az ügyféli jogok gyakorlásának, illetve a kötelezettségek teljesítésének az előmozdítását szem előtt tartva, kellő gondossággal, illetve körültekintéssel járt el.¹⁰³

V.2. Az eljárás alá vont Második állításcsoportra vonatkozó bizonyítékai

82. Az eljárás alá vont a „speciális fény”, a „világon egyedülálló technológia” és az „egész Európában piacvezető újdonság” és a hasonló tartalmú állítások valóságtartalmának alátámasztására az alábbiakról nyilatkozott.
83. Az eljárás alá vont előadta, hogy KiwiSun Bioszolárium tényleg más, mint a többi szolárium, mert zöld színben sugárzó csöveket használ.¹⁰⁴
84. A FOX CONSULTING többször is előadta,¹⁰⁵ hogy a SkinAngel Bio Green szoláriumcső a színében tér el a más fénycsövek által kibocsátott fénytől, mert a SkinAngel Bio Green csövek kibocsátott fénye zöld színű, továbbá eltér a mérsékelt UV kibocsátásban, valamint előadta azt is, hogy erre épül a rendszer.¹⁰⁶ Ehhez kapcsolódó ismételt nyilatkozata szerint az általa a zöld bioszolárium koncepció keretében kommunikált SkinAngel Bio Green szolárium cső a zöld színével tér el a többi szoláriumcsőtől. Nyilatkozata szerint további jelentős különbség, hogy az általa használt szolárium csövek az általánosan elterjedt szolárium csöveknél kisebb sugárzási teljesítményűek, illetve szoláriumgépei is jelentősen alacsonyabb teljesítményűek az általános szoláriumgépeknél.¹⁰⁷ A FOX CONSULTING előadta, hogy egész rendszere úgy van kialakítva, hogy a kisebb teljesítmény mellett is fokozatosan megvalósuljon a barnulás, kontrollált keretek között.¹⁰⁸

¹⁰⁰ VJ/4-14/2019.

¹⁰¹ VJ/4-14/2019.

¹⁰² VJ/4-14/2019.

¹⁰³ VJ/4-14/2019.

¹⁰⁴ VJ/4-5/2019. 4. pont

¹⁰⁵ VJ/4-5/2019. 7. pont, 10. pont

¹⁰⁶ VJ/4-5/2019. 7. pont

¹⁰⁷ VJ/4-5/2019. 10. pont

¹⁰⁸ VJ/4-15/2019. 3. pont

85. A FOX CONSULTING nyilatkozatában előadta, hogy a versenytársaival szemben, a KiwiSun által képviselt üzleti filozófia nem a barnulás sebességére, a szoláriumgépek erősségére helyezi a hangsúlyt, hanem a KiwiSun szalonokban a barnulás alatt elérhető megnyugtató kikapcsolódásra, relaxációra.¹⁰⁹
86. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint az UV sugárzók mellett infra sugárzó fényforrásokat is alkalmazó készülékek azért is nevezhetők egyedülálló technológiának, illetve Európában piacvezető újdonságnak, mert nem ismert olyan szolárium készülék más gyártóknál, és szalonok esetében, amelynél az infra és az UV sugárzás egyetlen készülékkel megvalósulhat.¹¹⁰
87. A FOX CONSULTING előadta, hogy a „világon egyedülálló szolárium koncepció” azt takarja, hogy az eljárás alá vont és franchise partnerei szolgáltatása egyedülálló abban, hogy a flóra és fauna megjelenítésével ötvözi a szoláriumozást, ezzel megelőzve a szoláriumozás közbeni hatékonyabb kikapcsolódást.¹¹¹ Nyilatkozata szerint szolgáltatásának egyedi jellegét azzal kívánta megalapozni, hogy egy olyan koncepciót álmodott meg, amellyel a vendég szoláriumozás közben a természet közelében érezheti magát. Ezt segítik elő a „természet hangjai”, „esőerdő madarai”, „esőerdő frissítő permet” szolgáltatások, az egyedi zöld színű csövek, valamint a szolárium-üzlet teljes zöld színű megjelenítésével és díszletével, dekorációjával kívánja tovább fokozni a növényvilág közelségét.¹¹² Az eljárás alá vont előadta, hogy ezzel az egyedi koncepcióval egy kikapcsolódásra alkalmas természetközeli élményt nyújtó, biológiai életteret megjelenítő egységes szolgáltatást és ezáltal egyedi arculatot jelenít meg.¹¹³

V.3.1. Az eljárás alá vont Harmadik állításcsoportra vonatkozó bizonyítékai

88. Az eljárás alá vont az „UV mentes”, „fokozza az endorfin termelődését”, „segíti a kalcium beépülését”, „jobban mozognak az ízületek”, „immunrendszer erősítő” és a hasonló tartalmú állítások valóságtartalmának alátámasztására az alábbiakról nyilatkozott.
89. Az eljárás alá vont az „UV mentes” állítással kapcsolatban előadta, hogy az alapvető különbség a szolárium gépekhez viszonyítva az, hogy az UV mentes barnító kabin nem UV fényt kibocsátó szolárium csövekkel éri el a barnítást, hanem egy speciális, alapanyagokat tartalmazó kozmetikai permetet szór egyenletesen a vendég bőrére. Ennek hatására alakul ki a kívánt bőrszín. Ezért ez a rendszer UV mentes, amely rendszer a világ sok országában rendkívül elterjedt.¹¹⁴
90. Az eljárás alá vont kérte a GVH-tól, hogy a B/732/2018. számú eljárásban, 2018. október 24-én kelt beadványa [B/732-7/2018.] 6. számú mellékleteként csatolt „élettani hatások alátámasztását igazoló bizonyítékokat” tegye a jelen eljárás részévé, kérte azok felhasználását, valamint hogy azokat a döntés során vegye figyelembe.¹¹⁵ Az eljárás alá vont kérte a GVH-tól a tematikus kutatási anyagok alapján készült orvosi szakvélemények figyelembe vételét is.¹¹⁶
91. A FOX CONSULTING a fenn hivatkozott B/732-7/2018. iktatószámú beadvány 6. számú mellékleteként¹¹⁷ benyújtotta [Üzleti titok].
92. A bizonyítékként csatolt dokumentumok [Üzleti titok].

¹⁰⁹ VJ/4-5/2019. 10. pont

¹¹⁰ VJ/4-5/2019. 5. pont

¹¹¹ VJ/4-5/2019. 5. pont

¹¹² VJ/4-5/2019. 5. pont

¹¹³ VJ/4-5/2019. 5. pont

¹¹⁴ VJ/4-5/2019. 6. pont

¹¹⁵ VJ/4-5/2019. 6. pont; Az eljárás alá vont a VJ/4-5/2019. sz. dokumentum 11. mellékleteként megküldte a hivatkozott mellékletben található tanulmányok címeit.

¹¹⁶ VJ/4-11/2019. 7. pont

¹¹⁷ VJ/4-33/2019. számú feljegyzés 5. melléklete

V.3.2. A Harmadik állításcsoportra vonatkozó egyéb, nem az eljárás alá vonttól származó bizonyítékok

93. A szolárium használata kedvező hatására utaló vizsgált állítások, mint a különböző kedvező hatásokon belüli kiemelkedő (egészségügyi jellegű) előny vizsgálata azért is bír különös jelentőséggel az érintett piacon, mert olyan termékkörrel van szó, amelynek használata a tudomány mai állása szerint jelentős egészségügyi kockázatot rejthet.
94. Ezt többek között az alábbi állásfoglalások támasztják alá:
1. Nemzeti Népegészségügyi Központ Sugárbiológiai és Sugáregészségügyi Főosztályának (a továbbiakban: NNK) „Biztonságos-e a szoláriumozás?” című tájékoztató anyaga,
 2. az Európai Bizottság Egészségi, Környezeti és Újonnan Felmerülő Kockázatok Tudományos Bizottságának (a továbbiakban: SCHEER¹¹⁸) Vélemény,
 3. a WHO¹¹⁹ állásfoglalása¹²⁰ és
 4. az Európai Bizottság Egészségügyi és Fogyasztóvédelmi Főigazgatóság Közegészségügy és kockázatelemzési igazgatóságának (SCCP) tudományos bizottsága 2006. június 20-án jóváhagyott véleménye („Vélemény az ultraibolya sugárzás egészségre gyakorolt biológiai hatásairól különös tekintettel a kozmetikai célból használt napágyakra”)¹²¹
95. Ezenkívül az is megjegyzendő, hogy Európa számos országában, számszerint 14-ben¹²² (Németország, Franciaország, Nagy-Britannia, Belgium, Spanyolország, Portugália, Olaszország, Izland, Írország, Norvégia, Ausztria, Lettország, Litvánia, Finnország) az egészségügyi kockázatok miatt egyenesen jogszabályilag tiltott 18 év alatti személyek számára a szolárium szolgáltatás nyújtása.
96. A eljáró versenytanács az alábbiakban bemutatja az NNK „Biztonságos-e a szoláriumozás?” című tájékoztató anyagának¹²³ releváns megállapításait. Az NNK ezen tájékoztatója az Európai Bizottság Egészségi, Környezeti és Újonnan Felmerülő Kockázatok Tudományos Bizottságának (a továbbiakban: SCHEER) „Az ultraibolya sugárzás egészségre vonatkozó biológiai hatásai, különös tekintettel a kozmetikai célú szoláriumokra”¹²⁴ című véleményén alapul. Az eljáró versenytanács továbbá hivatkozik az NNK jogelődje, az Országos Közegészségügyi Intézet munkatársának „Biztonságos-e a szolárium-használat? Az Európai Bizottság legújabb állásfoglalása” című prezentációs anyagára.¹²⁵
97. Az NNK tájékoztatója rámutat, hogy az SCHEER szerint „a napágy használat következményei csak sok évvel később alakulnak ki, és így az emberek a szolárium használat következményeit sokkal később fizethetik meg, mint amikor használták azokat.”¹²⁶ Továbbá, a SCHEER megállapította a napágy használatához társuló melanoma kockázat növekedése kapcsán, hogy „a kockázat arányosan nő a használat számával és

¹¹⁸ Scientific Committee on Health, Environmental and Emerging Risks, https://ec.europa.eu/health/scientific_committees/scheer_hu

¹¹⁹ World Health Organization, ami az ENSZ Egészségügyi Világszervezete

¹²⁰ <https://www.who.int/uv/intersunprogramme/activities/uvartsunbeds/en/>
<https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/42746/9241590807.pdf;jsessionid=4FB2237A38EABE36C987D74BDA1BB3FF?sequence=1>

¹²¹ Kifejtve lásd a VJ/61-74/2016. számú határozat 124. pontját

¹²² VJ/4-57/2019.

¹²³ VJ/4-33/2019. számú feljegyzés 2. melléklete

¹²⁴ VJ/4-20/2019. számú feljegyzés 2. melléklete

¹²⁵ Az előadás az Országos Meteorológiai Szolgálat „Tudományos nap az UV-sugárzás veszélyeiről, a védekezés módjairól – 2017” nevű rendezvényén hangzott el. Ld. https://www.met.hu/omsz/rendezvenyek/index.php?id=1945&hir=Tudomanyos_nap_az_UV-sugarzas_veszelyeiről_a_vedekezés_módjairól_%E2%80%93_2017

¹²⁶ VJ/4-33/2019. számú feljegyzés 2. melléklete

gyakoriságával”.¹²⁷ A SCHEER álláspontja szerint napágy használata mindenki számára ellenjavalt.¹²⁸ A SCHEER megállapítása szerint a napágy használat „segíti a D-vitamin termelődést, de még télen sincs szükség szoláriumozásra, hogy megnöveljük a D-vitamin szintjét. A kéz és az arc napi, körülbelül 15 perces szabadtéri expozíciója, még a felhős időjárás esetében is, megfelelő D-vitamin szintet biztosít, kombinálva egy kiegyensúlyozott étrenddel. Ha ez kevésnek bizonyul, akkor étrend-kiegészítőket is lehet fogyasztani.”¹²⁹

98. A SCHEER Véleménye szerint az „emberek ugyanúgy túlzott ultraibolya sugárzásnak lehetnek kitéve a napozóágyaktól, mint ahogy a naptól. Mind a napozóágyak, mind a napfény kiválthatja a bőrrák kifejlődését és mindkettő felgyorsítja a bőr öregedését. (...) Akár a napágyak alkalmi használata is emeli a bőrrák kockázatát, különösen, ha ez a 30 éves kor előtt történik.”¹³⁰
99. A Vélemény végkövetkeztetése alapján a SCHEER az ultraibolya sugárzást (UV), beleértve a napozóágyak által kibocsátottakat is, rákkeltőnek tekinti, mivel az képes rákot okozni és fejlődését elősegíteni. Végül, a SCHEER arra a következtetésre jutott, hogy:
- „erős bizonyíték van arra, hogy a napozóágyak UV sugárzása különféle bőrrákokat (melanoma, laphám és bazálsejtes karcinóma) okoz, és szem melanomát is okozhat;
 - nincs biztonságos határérték a napágyakból származó UV sugárzás expozíciójára. A fogyasztóknak teljesen tisztában kell lenniük a kozmetikai célú napágyak használatának kockázataival, és abban az esetben, ha annak ellenére, hogy megértették a kockázatot, azt választják, hogy használják azokat, óvintézkedéseket kell tenniük. Azok, akik komolyan gondolják az egészségük védelmét, jobban járnak, ha teljesen elkerülik napozóágyakat - különösen, ha 30 év alattiak, a családjukban előfordult melanoma és/vagy szőkék vagy szeplősek.”¹³¹
100. Az NNK rámutat továbbá arra is, hogy Magyarországon csupán az európai szabvány¹³² előírásai kötelezőek, mellyel a gyártók és üzemeltetők visszaélnek azáltal, hogy a napágy-működtetők arról tájékoztatják a lakosságot, hogy a főleg UVA-t sugárzó napágyaknak nincs egészségkárosító hatása, a 0,3 W/m²-es szolárium egészséges, és hogy a szoláriumozás egészséges, mert növeli a D-vitamin szintet.¹³³
101. Az NNK szerint a napágy-működtetők azt állítják, hogy a 0,3 W/m² felületi teljesítmény alatti szolárium egészséges, pedig a károsító hatás nem csak a teljesítménytől, hanem az időtől is függ (azaz kisebb teljesítmény hosszabb idő alatt ugyan úgy károsít), nincs alsó teljesítmény határa a károsító hatásnak és a kis dózisok összeadódnak az ember élete során.¹³⁴

VI.

Az eljárás alá vont álláspontja

VI.1. Az eljárás alá vont álláspontja a vizsgálati szakaszban

VI.1.1. Az eljárás alá vont Első állításcsoporttal kapcsolatos álláspontja

102. Az eljárás alá vont álláspontja szerint a fent hivatkozott EU Rendeletben foglalt azon közléssel az ésszerűen tájékozott, általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel

¹²⁷ VJ/4-33/2019. számú feljegyzés 2. melléklete

¹²⁸ VJ/4-33/2019. számú feljegyzés 2. melléklete

¹²⁹ VJ/4-33/2019. számú feljegyzés 2. melléklete

¹³⁰ VJ/4-33/2019. számú feljegyzés 2. melléklete

¹³¹ VJ/4-33/2019. számú feljegyzés 2. melléklete

¹³² MSZEN60335 szabvány

¹³³ VJ/4-33/2019. számú feljegyzés 3. melléklete

¹³⁴ VJ/4-33/2019. számú feljegyzés 3. melléklete

eljáró fogyasztó számára egy szolárium tekintetében a “bio” kifejezés nem utalhat arra, hogy a szolárium ökológiai termeléssel hozható összefüggésbe, hiszen az EU Rendelet értelmében az “ökológiai termelés” a termelési módszereknek az e rendeletben meghatározott szabályoknak megfelelően történő alkalmazása a termelés, a feldolgozás és a forgalmazás valamennyi szakaszában.¹³⁵ Az eljárás alá vont a VM Rendelet hivatkozott rendelkezéseivel kapcsolatban előadta, hogy azokra tekintettel nem állítható, hogy a FOX CONSULTING a “bio” szót az EU Rendeletben és a VM rendeletben foglalt ökológiai tekintetében használta volna, álláspontja szerint ez az állítás teljességgel megalapozatlan.¹³⁶

103. Ennek kapcsán a FOX CONSULTING előadta, hogy a termelés és feldolgozás egy szolárium tekintetében nem is értelmezhető, továbbá hivatkozott arra, hogy az EU Rendelet értelmében a „bio” szó még élelmiszer tekintetében sem jelentené azt, hogy a termék organikus, környezet- illetve egészségkárosító hatása nincs vagy jelentéktelen, illetve szintetikus, toxikus anyagokat nem tartalmaz, mivel a bio vagy ökológiai szó kizárólag azt jelenti az EU Rendelet szerint, hogy olyan termékről van szó, amelyet az EU Rendeletben meghatározott szabályoknak megfelelően termelési módszerrel termelnek, dolgoznak fel és forgalmaznak.¹³⁷ Nyilatkozata szerint a “bio” szó használatát szabályozó EU Rendelet nem ad olyan tartalmat a „bio” szónak még élelmiszer tekintetében sem, hogy a termék „organikus, környezet- illetve egészségkárosító hatása nincs vagy jelentéktelen, illetve szintetikus, toxikus anyagokat nem tartalmaz”.¹³⁸
104. A FOX CONSULTING hivatkozott az EU Rendelet 23. (1)-(2) bekezdéseire, melynek kapcsán előadta, hogy a hivatkozott rendelkezés alapján a “bio” szó használata csak abban az esetben tilos, amennyiben az EU Rendelet hatálya alá tartozó termékek tekintetében történik a használat oly módon, hogy az nem felel meg az EU Rendeletben foglalt követelményeknek. Nyilatkozata szerint az EU Rendelet 23. cikk (2) bekezdése rendelkezik arról, hogy az azon termékek esetében, amelyek nem élelmiszerben vagy takarmányban található mezőgazdasági termékekre vonatkoznak, vagy egyértelmű módon nem hozhatók összefüggésbe az ökológiai termeléssel - úgy, mint a szolárium is - használható.¹³⁹ Az EU Rendelet 23. cikkére hivatkozással a FOX CONSULTING előadta, hogy nem lehet megtevesztő a fogyasztókra nézve a bio szó használata, ha az teljes mértékben távol áll az ökológiai termeléstől, azzal nem hozható összefüggésbe.¹⁴⁰
105. Ennek kapcsán előadta, hogy az EU Rendelet kizárólag ott szab korlátot, hogy nem keltheti a használat azt a látszatot, hogy termék vagy annak összetevői eleget tesznek a Rendeletben megfogalmazott követelményeknek, a fogyasztót vagy a felhasználót félrevezethetik. Az eljárás alá vont szerint tekintettel arra, hogy egy szolárium semmilyen módon nem alkalmas arra, hogy akár a legújékeozatlanabb fogyasztóban az a benyomás alakuljon ki, hogy a szolárium vagy annak csövei, sugarai, vagy bármilyen összetevője ökológiai termelésből származnak, az EU Rendelet nem tiltja a “bio” szó használatát esetében, és az általa történő használata nem alkalmas arra, hogy félrevezesse a fogyasztót.¹⁴¹
106. A FOX CONSULTING tényként rögzítette, hogy a szolárium nem minősül ökológiai terméknek, előállítás, használata, forgalmazása semmilyen tekintetben nem kapcsolódik az ökológiai termeléshez.¹⁴²

¹³⁵ VJ/4-5/2019. 17. pont

¹³⁶ VJ/4-5/2019. 4. pont

¹³⁷ VJ/4-5/2019. 17. pont

¹³⁸ VJ/4-5/2019. 17. pont

¹³⁹ VJ/4-5/2019. 4. pont

¹⁴⁰ VJ/4-5/2019. 4. pont

¹⁴¹ VJ/4-5/2019. 4. pont

¹⁴² VJ/4-5/2019. 4. pont

107. A FOX CONSULTING az EU Rendelet preambulának rendelkezéseire hivatkozással előadta, hogy egy szolárium reklámozásával semmilyen tekintetben nem tudja és nem is akarja azt sugallni a fogyasztók felé, hogy mezőgazdaságból származó termékről van szó.¹⁴³
108. Az eljárás alá vont előadta, hogy az ökológiai termelést szabályozó EU Tanácsi és Bizottsági rendeletek, jogszabályok már több mint 10 évesek, így álláspontja szerint a fogyasztók széles köre előtt ismert, hogy a bio megjelölés élelmiszerek esetében bír olyan tényleges többlet tulajdonággal, mely a bio élelmiszereket megkülönbözteti más élelmiszerektől, vagy azokhoz ilyen képzet társítható.¹⁴⁴ A FOX CONSULTING álláspontja szerint az az élelmiszerek esetében sem jelenti a bio jelző azt, hogy az ilyen jelzővel ellátott termék egészségesebb lenne, mint más, nem bio termék. Nyilatkozata szerint a bio jelző mindössze arra utal a jogszabályok alapján, hogy az adott termék előállítása meghatározott, ellenőrzött eljárás keretében történt. Erre tekintettel álláspontja szerint egy műszaki berendezéshez, illetve az általa nyújtott szolgáltatás vonatkozásában nem állapítható meg, hogy a bio megjelölés használata arra utalna, hogy ez a berendezés egészségesebb lenne, mint a többi berendezés, vagy önmagában egészséges lenne.¹⁴⁵
109. Az eljárás alá vont hivatkozott a VJ/131/2005. számú ügy következő megállapítására is: „(...) az ésszerűen eljáró fogyasztó nem feltételezhette, hogy e termékek a bio-gazdálkodás, termesztés produktumai lennének. (...)”. Valamint előadta, hogy nem talált olyan versenyhivatali döntést a GVH adatbázisában, amely nem élelmiszerekre vonatkozóan a „bio” szó használatáért bírságolt volna.¹⁴⁶
110. A FOX CONSULTING hivatkozott továbbá arra, hogy Magyarországon és nemzetközi piacon is számos olyan társaság működik, amelyek által forgalmazott termékek, vagy nyújtott szolgáltatások nem az ökológiai termelés kapcsán kapták márkanévüket, pl. BioHair, Bioderma, BioTech USA, Bábolna Bio Kit, Bábolna Bio Kártevőirtó Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság.¹⁴⁷
111. Az eljárás alá vont álláspontja szerint a fentiek alapján az általa alkalmazott reklámok összhatásukban sem közvetítik azt az üzenetet a fogyasztók részére, hogy a KiwiSun Bioszolárium bőrkárosító hatása elhanyagolható lenne.¹⁴⁸
112. Az eljárás alá vont hivatkozott arra, hogy a Baranya Megyei Kormányhivatal BA/001/00799-7/2017. ügyiratszámom¹⁴⁹ a 2017-es évben a FOX CONSULTING egy franchise partnere ellen lefolytatott közigazgatási eljárásban már vizsgálta az eljárás alá vont márkanévként használt bioszolárium megjelölést, mely eljárásban 1701K-181. határozatszámommal 2017. szeptember 22-én meghozott – jogerős határozatában – a zöld bioszolárium megnevezés használatával kapcsolatban jogsértést nem állapított meg.¹⁵⁰ Előadta, hogy tényleges fogyasztóktól a megjelölt kételyek soha nem merültek fel.¹⁵¹
113. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint sem a fenti fogyasztóvédelmi ügyben egy évvel korábban lefolytatott hatósági eljárásban, sem pedig a nemzeti és nemzetközi védjegybejelentés kapcsán nem merült fel, hogy a bioszolárium megnevezés jogsértő vagy megtévesztő volna. A FOX CONSULTING álláspontja szerint a fentiek alapján jóhiszeműen és jogszerűen használja a bioszolárium megjelölést.¹⁵²

¹⁴³ VJ/4-5/2019. 4. pont

¹⁴⁴ VJ/4-5/2019. 4. pont

¹⁴⁵ VJ/4-5/2019. 4. pont

¹⁴⁶ VJ/4-5/2019. 4. pont

¹⁴⁷ VJ/4-5/2019. 4. pont

¹⁴⁸ VJ/4-5/2019. 17. pont

¹⁴⁹ Az eljárás alá vont a döntést a VJ/4-5/2019. számú irat 22. mellékleteként csatolta.

¹⁵⁰ VJ/4-5/2019. 17. pont, VJ/4-32/2019. „Egyéb” című rész

¹⁵¹ VJ/4-5/2019. 17. pont

¹⁵² VJ/4-5/2019. 17. pont

114. Az eljárás alá vont jogi álláspontja keretében ismételten hivatkozott arra, hogy az eljárást megindító VJ/4/2019. számú végzésben leírtak nemzeti és nemzetközi védjegyjogtalmat is nyertek.¹⁵³
115. Az eljárás alá vont nyilatkozatában hivatkozott az Fttv. 4. § (1) bekezdésére, amellyel kapcsolatban előadta, hogy az „ésszerűen tájékozottan eljáró fogyasztó” nem juthat arra a következtetésre, hogy a „bio” szó a szolárium tekintetében a fenn kifejtett „ökológiai termelésből származó” jelentéssel bírhat. Álláspontja szerint a fogyasztók tudják, hogy mi a szolárium, illetve a szolárium-szolgáltatás, ennek megfelelően egy fogyasztó sem téveszti össze a szoláriumot a mezőgazdasági termékekkel, illetve az élelmiszerekkel.¹⁵⁴ Álláspontja szerint az „adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel eljáró fogyasztó” pedig az összehatást értékeli, a szolárium-üzletről egy összbemutató alakul ki a fogyasztóban, tehát nem a GVH által kiragadott szavak bírnak jelentőséggel fogyasztóvédelmi szempontból.¹⁵⁵ Az eljárás alá vont kérte a GVH-t, hogy a „zöld bio” és „bio” megjelöléseket összehatásukban, ne kiragadott szavakként értékelje.¹⁵⁶
116. Az eljárás alá vont álláspontja szerint a hangsúly nem önmagában a „bio” megnevezésen, hanem a ZÖLD, illetve a zöld színű KIWI szolárium megnevezésen, az azokkal való együttes használatban, megjelenésen van.¹⁵⁷ A FOX CONSULTING álláspontja szerint az elvárható gondossággal járt el a marketing, reklámszövegek és brand építés során.¹⁵⁸

VI.1.2. Az eljárás alá vont Második állításcsoporttal kapcsolatos álláspontja

117. A FOX CONSULTING álláspontja szerint nem tett túlzásokat tartalmazó állításokat és nem illette a szolgáltatást legfelsőbb (pl. legjobb stb.) jelzőkkel sem.¹⁵⁹
118. Az eljárás alá vont előadta, hogy a szalonok zöld arcúata és a zöld színű szoláriumcsövek, illetve az általuk kibocsátott zöld színű fény véleménye szerint egyedülálló és más szolárium szalonoktól különböző megjelenési formát biztosít a FOX CONSULTINGnak.¹⁶⁰

VI.1.3. Az eljárás alá vont Harmadik állításcsoporttal kapcsolatos álláspontja

119. Az eljárás alá vont előadta, hogy nem állította egyetlen marketing megjelenés során sem, hogy a KiwiSun Bioszolárium egészséges lenne, vagy egészségesebb lenne, mint más szolárium.¹⁶¹
120. A FOX CONSULTING álláspontja szerint egyetlen esetben sem tulajdonított gyógyhatást a szolgáltatásának, nem állította, hogy a szolgáltatása betegségeket gyógyítana, előzne meg, vagy arra alkalmas lenne, illetve nem állította, hogy a szolgáltatás alkalmas lenne betegségek tüneteinek enyhítésére.¹⁶² Előadta továbbá, hogy álláspontja szerint nem közölte, hogy a szoláriumai egészségesebbek lennének, mint bármely szolárium.¹⁶³
121. Az eljárás alá vont előadta, hogy KiwiSun mögött szakorvosi háttér áll, a bőrgyógyászat és egyéb idevágó orvosi szakterületek korábbi és aktuális nemzetközi kutatási eredményeit és ajánlásait folyamatosan nyomon követi. Álláspontja szerint önállóan és ismeretei szerint a hazai piacon egyedülállóan, orvosi szakvéleményeket készített, amelyekre egyébként jogszabály nem kötelezné az eljárás alá vontat. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint

¹⁵³ VJ/4-5/2019. 17. pont

¹⁵⁴ VJ/4-5/2019. 17. pont

¹⁵⁵ VJ/4-5/2019. 17. pont

¹⁵⁶ VJ/4-5/2019. 13. pont

¹⁵⁷ VJ/4-5/2019. 4. pont

¹⁵⁸ VJ/4-32/2019. „Egyéb” című rész

¹⁵⁹ VJ/4-5/2019. 17. pont

¹⁶⁰ VJ/4-5/2019. 4. pont

¹⁶¹ VJ/4-5/2019. 4. pont

¹⁶² VJ/4-5/2019. 17. pont

¹⁶³ VJ/4-5/2019. 17. pont

vendégeinek, fogyasztóinak, partnereinek és dolgozóinak korrekt tájékoztatást nyújt széles körben.¹⁶⁴

122. Az eljárás alá vont előadta továbbá, hogy a fogyasztókat tájékoztatja mind az egészségre káros hatásokról, figyelmezteti a sugárzás okozta esetleges sérülésekre, bőrrögzedésre és bőrrák esetleges kialakulására. Nyilatkozata szerint a szolárium szalonban kifüggesztett figyelmeztetései az a célja, hogy a szoláriumot úgy használhassa a fogyasztó, hogy minél kevesebb káros hatás érje.¹⁶⁵ Előadta továbbá, hogy évente többszöri, rendszeres KiwiSun oktatási, továbbképzési rendezvényeinken orvos szakértő oktatja és képi a franchise tagokat és az összes dolgozót, akik a vendégekkel, a fogyasztókkal közvetlen kapcsolatban állnak. Különös tekintettel kerülnek ismertetésre azok a kockázatok, amelyekre fel kell hívni a figyelmet a kiszolgálás során.¹⁶⁶
123. Az eljárás alá vont szerint a fogyasztói tudatosság egyre jellemzőbb hazánkban minden téren. Álláspontja szerint éppen ezért a KiwiSun élen jár a hazai piacon a szigorú szabályrendszerek és ajánlások betartása terén, és ebben is példát mutat a többi forgalmazó számára, következetesen és ellenőrizhető módon bevezetve és alkalmazva EU és hazai szabványoknak megfelelő szolárium használati követelményeket. Az eljárás alá vont előadta, hogy tudomása szerint a GVH nem vizsgálta átfogóan a szolárium-piac résztvevőinek kommunikációját. Előadta továbbá, hogy sokakkal ellentétben soha nem reklámoz, és nem tesz közé olyan állításokat, amelyeknek alátámasztására már a közlést megelőzően ne rendelkezne tudományos bizonyítékkal. Az eljárás alá vont beadványaiban hivatkozott továbbá arra is, hogy működése alatt soha nem érkezett hozzá fogyasztótól származó panasz, vagy bejelentés.¹⁶⁷
124. Az eljárás alá vont előadta továbbá, hogy kommunikációja során teljeskörűen figyelembe veszi és betartja a GVH az Fttv.-vel kapcsolatos elvi jelentőségű döntéseit. Nyilatkozata szerint ennek megfelelően kizárólag tudományos ismereteket ad át kommunikációja során, amelyhez a természet objektív összefüggéseiről szerzett, a tudománnyal hivatásszerűen foglalkozó, abban szaktekintélynek számító személy által a tudomány követelményeinek megfelelő módon igazolt tapasztalatokat, általánosításokat, fogalmakat közöl.¹⁶⁸ Az eljárás alá vont álláspontja szerint a jogszabályban és a GVH gyakorlatát figyelembe véve jár el és felel meg annak a követelménynek, hogy állításait tudományos ismeretekkel támassza alá. Az eljárás alá vont felhívta a GVH figyelmét arra, hogy az általa kommunikált hatásokat szakorvos, mint az orvostudomány képviselője elemezte és arról megalapozott szakvéleményt adott ki.¹⁶⁹
125. Az eljárás alá vont jogi álláspontjában hivatkozott a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf. 27.185/2007/6. számú döntésére, mely szerint a tudományos ismeret a természet objektív összefüggéseiről szerzett, a tudománnyal hivatásszerűen foglalkozó, abban szaktekintélynek számító személyek által a tudomány követelményeinek megfelelő módon igazolt tapasztalatok, általánosítások, fogalmak összessége. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint tudományos ismeretekre alapozva tette meg állításait.¹⁷⁰ A FOX CONSULTING szerint a jelen eljárásban kifogásolt állítások tekintetében nem ötletszerűen fogalmazta meg a fogyasztók irányában üzeneteit, hanem kizárólag nemzetközi szakorvosi publikációk sorára és orvos szakértők véleményére támaszkodott.¹⁷¹

¹⁶⁴ VJ/4-5/2019. 17. pont

¹⁶⁵ VJ/4-5/2019. 17. pont

¹⁶⁶ VJ/4-5/2019. 17. pont

¹⁶⁷ VJ/4-5/2019. 17. pont, VJ/4-32/2019. „Egyéb” című rész

¹⁶⁸ VJ/4-11/2019. 5. pont

¹⁶⁹ VJ/4-11/2019. 5. pont

¹⁷⁰ VJ/4-5/2019. 17. pont

¹⁷¹ VJ/4-32/2019. „Egyéb” című rész

126. Az eljárás alá vont jogi álláspontjában hivatkozott továbbá a Fővárosi Bíróság – a Fővárosi Ítéletábla 2.Kf. 27.257/2004/5. ítéletével helybenhagyott – 2.K.33.494/2003/8. számú ítéletére, amely megállapította, a tudományos igazoltság körében lényeges, hogy a fogyasztói döntések jogszerű befolyásolása esetén a vállalkozásnak már a reklám közzététele előtt rendelkeznie kell olyan egyértelmű vizsgálati eredménnyel, amely állításait mindenben alátámasztja. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint már az állítások megtétele előtt rendelkezett a megfelelő tudományos igazoltsággal, állításait azokra építette.¹⁷²
127. Az eljárás alá vont előadta, hogy tudomása szerint csakis a FOX CONSULTING rendelkezik olyan hazai sugárbiológiai tanúsítványokkal, amelyek a KiwiSun szoláriumok biztonságos üzemét hitelt érdemlően igazolják.¹⁷³ Az eljárás alá vont beadványában felhívta a figyelmet arra is, hogy a jogszabály által megkövetelt feltételeket mintegy túlteljesítve szerzett be sugárbiológiai szakvéleményeket a szoláriumok sugárzása, illetve orvosi szakvéleményeket, tudományos kutatási eredményeket a hivatkozott hatások alátámasztására. Erre tekintettel az álláspontja szerint jóhiszeműen járt el az alkalmazott kommunikáció során.¹⁷⁴ A FOX CONSULTING előadta továbbá, hogy önálló munkakörben alkalmaz olyan minőségellenőrt, akinek kizárólag az a feladata, hogy havi rendszerességgel, minden egyes KiwiSun franchise szalonban személyesen ellenőrizze a KiwiSun franchise szalonokban a gépeket és az alkalmazott szolárium csöveket. Ezzel kizárva annak lehetőségét, hogy az eljárás alá vont által nem ismert, nem ellenőrzött forrásból és tanúsítvánnyal nem rendelkező csövek kerüljenek tudta nélkül egy KiwiSun szalonban felhasználásra.¹⁷⁵
128. A FOX CONSULTING nyilatkozata szerint a szolgáltatása nem kommunikációs trükkökre, nem a fogyasztók megtévesztésére épül, mert a fogyasztó a lábával szavaz, vagyis ha valahol becsapják, megtévesztik, ha nem azt a szolgáltatást kapja, amit elvár, akkor oda nem fog többet menni.¹⁷⁶ A FOX CONSULTING álláspontja szerint a fogyasztókat semmiben nem tévesztette meg, a fogyasztók részéről semmilyen olyan információt, visszacsatolást nem kapott, mely arra utalt volna, hogy a fogyasztók megtévesztve éreznék magukat.¹⁷⁷
129. Az eljárás alá vont előadta, hogy a megcélzott vendégköre nem valamilyen betegségben szenvedő, sérülékeny, az átlagosnál kiszolgáltatottabb fogyasztói csoport, az általa alkalmazott kommunikáció sem tartalmaz ilyen csoportnak szóló állításokat.¹⁷⁸ A FOX CONSULTING jogi álláspontjában hivatkozott az Fttv. 4. § (2) bekezdésének rendelkezésére, valamint a GVH VJ/61/2016. számú ügyben hozott döntésére, amely megállapította, hogy *„az érintett fogyasztók magatartásának értékelése kapcsán megállapítható, hogy az eljárás alá vontak által tanúsított kereskedelmi gyakorlat nem olyan fogyasztói kör vonatkozásában valósult meg, amelynek tagjai az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenyséjük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatottak lennének...”*.¹⁷⁹ Az eljárás alá vont álláspontja szerint a szolárium-szolgáltatásra vonatkozó tevékenység-egyezőség miatt a fogyasztói körre vonatkozó fenti megállapítás a FOX CONSULTINGra is vonatkozik.¹⁸⁰
130. Jogi álláspontja keretében az eljárás alá vont hivatkozott arra, hogy a GVH gyakorlata szerint a reklámállítások üzenetének vizsgálatakor azok összhatásából, fogyasztók általi

¹⁷² VJ/4-5/2019. 17. pont

¹⁷³ VJ/4-5/2019. 17. pont

¹⁷⁴ VJ/4-5/2019. 17. pont

¹⁷⁵ VJ/4-5/2019. 17. pont

¹⁷⁶ VJ/4-5/2019. 17. pont

¹⁷⁷ VJ/4-32/2019. „Egyéb” című rész

¹⁷⁸ VJ/4-5/2019. 17. pont

¹⁷⁹ VJ/4-5/2019. 17. pont

¹⁸⁰ VJ/4-5/2019. 17. pont

lehetséges, logikus, ésszerű felhasználást követő és életszerű értelmezéséből kell kiindulni.¹⁸¹ Ezzel kapcsolatban előadta, hogy a GVH által kiragadott egyes állítások azonban nem alkalmasak a fogyasztók megtévesztésére, tekintettel arra, hogy a fogyasztó, amikor megtekinti a reklámjait, vagy ellátogat üzletébe, egyértelművé válik számára a dekorációból, a zöld színből, a különleges, egységes hatást keltő arculatból, tehát az összehatásból, hogy a FOX CONSULTING nem a GVH által tévesen az egyes szavak és kijelentések kiragadásából eredő félreértelmezett jelentéssel bíró állításokat használ.¹⁸²

131. Álláspontja szerint emiatt a fogyasztóknak nem az a benyomásuk az üzletüket akár kívülről, akár belülről nézve, hogy ettől a szolgáltatástól egészségesebbek lesznek, hanem más üzletektől eltérően kialakított, egyedi dizájnnal megteremtett környezetben élvezhetik a szoláriumozást.¹⁸³
132. Az eljárás alá vont álláspontja szerint a GVH azonban korábbi gyakorlatával ellentétesen nem összehatásában vizsgálta a FOX CONSULTING állításait, nem úgy, ahogy a fogyasztók azt a valóságban érzékelhetik, ez vezethetett ahhoz, hogy a FOX CONSULTING ellen eljárás indult. Az eljárás alá vont az azonos elbírálás elve alapján kérte a GVH-t, hogy összehatásában értékelje az eljárás alá vont által nyújtott szolgáltatást.¹⁸⁴

VI.1.4. Az eljárás alá vont Fttv. szerinti felelősségével kapcsolatos álláspontja

133. Az eljárás alá vont hivatkozott a GVH VJ/61/2016. számú ügyben hozott döntésére, mellyel kapcsolatban előadta, hogy a GVH az Fttv. 9. §-ra alapított érdek-elvet tekinti a felelősség megállapíthatósága alapjának. Álláspontja szerint ezt figyelembe véve megállapítható, hogy a FOX CONSULTING nem felel a franchise hálózat tagjai esetleges reklámállításaiért, mivel a franchise tagok saját nevükben járnak el és az eljárás alá vont, mint franchisor nem részesül a franchise tagok bevételeiből. Nyilatkozata szerint közvetlen érdekeltiség tehát nem áll fenn.¹⁸⁵
134. Az egyes Facebookon, illetve közösségi média influencerek által közzétett kereskedelmi kommunikációk megjelenésével kapcsolatos vizsgálói kérdésre a FOX CONSULTING előadta, hogy a tartalom közzétételéért az a vállalkozás felelős, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áruértékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll. Az eljárás alá vont álláspontja szerint – tekintettel arra, hogy nem részesedik a franchise partnerek bevételeiből – nem áll érdekében az eladás ösztönzése, a FOX CONSULTING felelőssége tehát e körben teljes mértékben kizárt.¹⁸⁶
135. A FOX CONSULTING előadta, hogy a GVH által (a VJ/4-16/2019. számú adatszolgáltatásra felhívó végzésben) csatolt megjelenések között álláspontja szerint nincs ellentmondás, hiszen a társaság a tőle független franchise partnere ez irányú tevékenységéről nem is rendelkezett információval. Előadta, hogy az [a fenti végzésben megjelölt] influencer alkalmazása nem a FOX CONSULTING által alkalmazott megtervezett és összehangolt reklámtevékenység része volt, hanem a partnere önálló reklámja.¹⁸⁷

VI.1.5. Az eljárás alá vont megfelelési lépésekkel kapcsolatos álláspontja

136. A FOX CONSULTING előadta,¹⁸⁸ hogy az esetleges jogsértések megelőzését szolgáló megfelelési (compliance) erőfeszítéseket tett az alábbiak szerint.

¹⁸¹ VJ/4-5/2019. 17. pont

¹⁸² VJ/4-5/2019. 17. pont

¹⁸³ VJ/4-5/2019. 17. pont

¹⁸⁴ VJ/4-5/2019. 17. pont

¹⁸⁵ VJ/4-5/2019. 17. pont

¹⁸⁶ VJ/4-21/2019. 2. pont

¹⁸⁷ VJ/4-21/2019. 2. pont

¹⁸⁸ VJ/4-21/2019. 1. pont

137. Az eljárás alá vont előadta, hogy a biológiai hatások marketing kommunikációja előtt, 2012-ben szakértőt kért fel annak tanulmányozására, hogy a szolárium használat által létrejövő UV-B sugárzás milyen pozitív biológiai hatásokkal bír az emberi szervezetre. Előadta továbbá, hogy a B/732/2018. számú bejelentés alapján folytatott eljárásban már csatolta¹⁸⁹ a témával kapcsolatos egyéb tanulmányok, tudományos publikációk másolatát, továbbá az összes hivatkozott publikációk másolatait.¹⁹⁰ Előadta, hogy a fenti bejelentéses eljárásban megküldte továbbá az ESA (European Sunlight Association) összefoglaló tudományos anyagát a témában, „Scientific reference list on UV and sunbed use from 2006 to today” címmel. Előadta, hogy Micael F. Holick, PhD. MD „The Vitamin D solution” című tudományos értekezéséből készült, magyar is nyelven megjelent, „A nélkülözhetetlen D-vitamin” című könyvének részletét, 2012, Park Könyvkiadó gondozásában ugyancsak csatolta a bejelentéses eljárásban megküldött¹⁹¹ beadványához.¹⁹²
138. A FOX CONSULTING nyilatkozata szerint mindezek a jelen eljárásban vizsgált reklámkommunikációt megelőzően keletkezett és a FOX CONSULTING által felhasznált dokumentumok, amelyek alkalmazása a vállalkozások önkéntes jogkövető magatartásra való törekvésének jele. Az eljárás alá vont előadta, hogy minden érdemi erőfeszítést megtett és folyamatosan megtesz annak érdekében, hogy az esetleges fogyasztóvédelmi jogsértéseket megelőzze, elsősorban abban a vonatkozásban, hogy csak tudományos bizonyítékkal alátámasztott közléseket használjon kommunikációja során. Előadta továbbá, hogy a korábbi beadványában bemutatott tréningeket tart szakemberek segítségével, annak érdekében, hogy a jogszabályokban foglaltaknak teljes mértékben megfeleljen a tevékenysége.¹⁹³
139. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint folyamatosan nyomon követi a téma tudományos irodalmát, így 2018 nyarán ismét szakértőt kért fel véleményezésre a témában, Dr. M. A. immunológust, akinek szakvéleményét szintén csatolta a bejelentése alapján lefolytatott eljárásban megküldött¹⁹⁴ beadványához.¹⁹⁵
140. A FOX CONSULTING előadta továbbá, hogy az egészségügyi hatások kommunikációja vonatkozásában álláspontja szerint megfelelő körültekintéssel járt el, hiszen két alkalommal is orvosi szakvéleményt kért.¹⁹⁶
141. A FOX CONSULTING előadta, hogy a fent rögzített törekvések az előzetes megfelelési erőfeszítéseinek részét képezik.¹⁹⁷
142. A FOX CONSULTING ismételt előadta, hogy a „bio” megnevezés vonatkozásában több védjegyjuttatással is rendelkezik.¹⁹⁸
143. Az eljárás alá vont álláspontja szerint a fentiek alapján konkrét érdemi erőfeszítéseket tett annak érdekében, hogy az általa folytatott kereskedelmi kommunikáció jogszerű legyen.¹⁹⁹ A FOX CONSULTING nem érzi úgy, hogy bármely módon gondtalanul, felelőtlenül vagy megtévesztő módon járt volna el, álláspontja szerint fogyasztói sem tapasztalták ezt másképp.²⁰⁰
144. A FOX CONSULTING előadta, hogy megkérte partnereit arra, hogy a kérdéses bejegyzések eltávolításáról haladéktalanul gondoskodjanak. Előadta továbbá, hogy

¹⁸⁹ B/732-7/2018. 6. melléklete

¹⁹⁰ VJ/4-21/2019. 1. pont

¹⁹¹ B/732-7/2018. 6. melléklete

¹⁹² VJ/4-21/2019. 1. pont

¹⁹³ VJ/4-21/2019. 1. pont

¹⁹⁴ B/732-7/2018. 6. melléklete

¹⁹⁵ VJ/4-21/2019. 1. pont

¹⁹⁶ VJ/4-21/2019. 1. pont

¹⁹⁷ VJ/4-21/2019. 1. pont

¹⁹⁸ VJ/4-21/2019. 1. pont

¹⁹⁹ VJ/4-21/2019. 1. pont

²⁰⁰ VJ/4-32/2019. „Egyéb” című rész

valamennyi partnerét megkérte arra, hogy a hatósági eljárás befejezéséig semmilyen saját készítésű reklámot ne tegyenek közzé.²⁰¹

145. Az eljárás alá vont a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 78. § (8)-(9) bekezdéseire történő hivatkozással kérte, hogy amennyiben a GVH megállapítaná a FOX CONSULTING-galszemben a jogsértést, az említett jogszabályhelyek alapján vele szemben kizárólag figyelmeztetést alkalmazzon. Ennek kapcsán kérte annak figyelembe vételét is, hogy kötelezettségvállalásra vonatkozó nyilatkozat megtételének szándékát is bejelentette és azt részletesen ismertette.²⁰²
146. Továbbá az eljárás alá vont előadta, hogy kész egy egységes megfelelési program megalkotására.²⁰³

VI.2. Az eljárás alá vont észrevétele az előzetes álláspontra

147. Az eljárás alá vont vállalkozás a 2019. november 14-én kelt VJ/4-51/2019. számú beadványában – az eljáró versenytanács által VJ/4-48/2019. számú előzetes álláspontra vonatkozóan – a következő jogi álláspontot fejtette ki.
148. Az eljárás alá vont nem kérte tárgyalás tartását (ezt az eljáró versenytanács előzetesen²⁰⁴ 2019. november 18-ra tűzte ki), ugyanakkor beadványa későbbi pontjaiban²⁰⁵ jelezte, hogy amennyiben az eljáró versenytanács a társaság kötelezettségvállalására vonatkozó nyilatkozata ellenére a jogi minősítéshez fűződő érdeket helyezné előtérbe, kéri, hogy a GVH tűzzön ki a tárgyalás megtartása tekintetében új időpontot annak érdekében, hogy a vállalkozás kötelezettségvállalási nyilatkozatát módosíthassa.
149. Erre figyelemmel az eljáró versenytanács 2019. december 2-re újabb tárgyalási időpontot tűzött ki²⁰⁶, amelyen az eljárás alá vont megjelent és álláspontját kifejtette.
150. Az eljárás alá vont előadása néhány nagyobb témakör köré csoportosíthatóak. Az eljáró versenytanács az eljárás alá vonti álláspontot – az esetleges ismétléseket elkerülve – az alábbi témák szerint ismerteti:
- általános, az eljárás egészére vonatkozó kifogások, jogi álláspont (VI.2.1.),
 - az egyes állításcsoportok körében megfogalmazott kifogások, jogi álláspont (VI.2.2.),
 - a kötelezettségvállalással kapcsolatos előadások (VI.2.3.),
 - az érdek-elv alkalmazhatósága (VI.2.4.) és
 - az alkalmazni tervezett jogkövetkezmény (VI.2.5.).

VI.2.1. Általános, az eljárás egészére vonatkozó kifogásai, jogi álláspontja

151. Az eljárás alá vont előjáróban leszögezte, hogy álláspontja szerint a GVH jelen eljárásában számos alapvető jelentőségű garanciális szabályt megszegve járt el, a SCHEER véleményt kötelezően alkalmazandó aktusként kezeli, miközben az – a szakhatóság tájékoztatása szerint – a hazai szabályozásban nem jelenik meg, a tényállást a GVH nem tárta fel, az előzetes álláspont jogszabálysértő és megalapozatlan. Hangsúlyozta, hogy meglátása szerint a GVH egyrészt megszegte az Alaptörvény XXIV. cikk (1) bekezdésének [„jó közigazgatáshoz” való jog], másrészt az Alaptörvény XXVIII. cikk (1) és (7) bekezdéseinek [tisztességes eljáráshoz való jog] rendelkezéseit, továbbá eljárása során nem tartotta be az az általános közigazgatási rendtartásról szóló 2016. évi CL. törvény (a továbbiakban: Ákr.) 2. § rendelkezéseiben [jogszerűség elve] foglaltakat sem.

²⁰¹ VJ/4-21/2019. 1. pont

²⁰² VJ/4-11/2019. 9. pont

²⁰³ VJ/4-21/2019. 1. pont

²⁰⁴ VJ/4-49/2019.

²⁰⁵ VJ/4-51/2019. számú irat 46. oldal

²⁰⁶ VJ/4-52/2019.

152. Az előzetes álláspontban foglaltak alapján véleménye szerint a GVH már a vizsgálat lefolytatása előtt a KIWI SUN tevékenysége kapcsán azt az előfeltevést állította fel, hogy a szolgáltatás eleve káros a fogyasztókra, és a vizsgálat során a tényeket és bizonyítékokat az előfeltevése igazolása szerint értékelte. Tehát csak azt fogadta el bizonyítékként az eljáró versenytanács, ami a téves koncepciót igazolni látszott, ami viszont cáfolta volna, azt figyelmen kívül hagyta. Állítása alátámasztására példaként az előzetes álláspont 92. és 93. pontjait, illetve a 221. pontot ismertetette. Álláspontja szerint azok az elemi logika szabályaival is ellentétes megállapításokat tartalmaznak. Előbbi pontokban az eljáró versenytanács – az eljárás alá vont által csatolt – Dr. J. E. és Dr. M. A. az UV sugárzás és a D-vitamin emberi szervezetre gyakorolt pozitív hatásait bemutató tanulmányainak ismertetésétől eltekintett, mivel azok nem a konkrét, vizsgálattal érintett szoláriumok élettani hatásait tárgyalják. Utóbbi pont megállapította, hogy a vizsgált állítások vonatkozásában a szolgáltatást hagyományos szolárium-szolgáltatásként értékeli az eljáró versenytanács. Érvelésében rámutatott arra, hogy ha követjük a 92. és 93. pontok érvelését, logikáját, akkor az előzetes álláspont V.3.2. pontjában hivatkozott WHO és SCHEER tanulmányok szintén nem a KIWI SUN szoláriumok által kibocsátott fény élettani hatásait tárgyalják, így azok sem lennének elfogadhatóak. Fentiekre figyelemmel álláspontja szerint a hivatkozott két megállapítás együttesen, egymás mellett nem lehet érvényes.²⁰⁷
153. Annak igazolására, hogy a KIWI SUN által használt fénycsővek szolárium csőnek minősülnek, meghatározott mennyiségű UVB sugárzást bocsátanak ki, így vonatkoznak rájuk a szoláriumokkal kapcsolatos kutatási eredmények, tanulmányok, csatolta a Dési Albert által készített szakvéleményt²⁰⁸.
154. Elöljáróban továbbá sérelmezte, hogy a GVH – saját szakértelem hiányában – az interneten kísérelt meg olyan tanulmányokat, szakvéleményeket keresni, mely a GVH szándéka szerint az eljárás alá vontra nézve hátrányos jogi értékelést tesz lehetővé, és az általa becsatolt bizonyítékokat nem vette figyelembe. Meglátása szerint ez olyan visszás helyzetet eredményezett, hogy a GVH Dr. J. E. és Dr. M. A. (orvos szakértők) szakvéleményét díjazásukra figyelemmel nem fogadta el függetlenként, ugyanakkor Bakos József – orvosi végzettséggel nem rendelkező – vegyész a téma szakértőjének tekintette, és egy konferenciára készített diasorát bizonyítékként fogadta el. A díjazással kapcsolatban előadta továbbá, hogy amennyiben az díjazás megkérdőjelezi a szakértő függetlenségét, akkor az a SCHEER jelentésben közreműködő, díjazásban szintén részesült EU-s szakértőkre is igaz. Álláspontja szerint a GVH jogellenes módon pozitív diszkriminációt alkalmaz az idegen EU-s szakértők javára. Kiemelte továbbá, hogy a GVH elmulasztotta vizsgálni, hogy Bakos József részesült-e díjazásban, így mennyire tekinthető függetlennek.
155. Az eljárás alá vont kifogásolta továbbá, hogy a GVH a SCHEER véleménye után keletkezett tudományos eredményeket, publikációkat nem vette figyelembe az eljárásban. Így például az Anticancer Research-ben²⁰⁹ 2017-ben megjelent, „A D-vitamin szerepe a megelőzésben és a terápiában és a fény biológiai hatása” tanulmányt²¹⁰, ami a GVH által hivatkozott WHO és SCHEER jelentés hiányosságait tárgyalja. Idézve a tanulmány egyes részeit, az eljárás alá vont álláspontja szerint WHO és SCHEER jelentésekben foglaltakat kritikusan kell értékelni.
156. Fentiek körében az eljárás alá vont hivatkozott – illetve csatolta is²¹¹ – a módosított 2019/3.1. számú piacfelügyeleti hírlevelet is, mely a korábbi 2019/3. számú hírlevelet pontosítva rögzíti, hogy a WHO és a SCHEER jelentésben foglaltak nem a szoláriumokra

²⁰⁷ VJ/4-51/2019. számú irat 3. oldal

²⁰⁸ VJ/4-51/2019. számú irat 1. számú melléklet

²⁰⁹ Az eljárás alá vont állítása szerint magas impakt faktorral rendelkező, rákkutatással foglalkozó tudományos európai szakmai folyóirat.

²¹⁰ VJ/4-51/2019. számú irat 5. számú melléklet

²¹¹ VJ/4-51/2019. számú irat 6. számú melléklet

vonatkozó releváns jogi szabályozás részei. Idézve a hírlevélből az eljárás alá vont aláhúzta, hogy a szolárium berendezések UV-sugárzásának a biztonságos határértéke 0,3 W/m² értékű, a jogi szabályozás tehát nem változott. A szabályozás változatlanságából következően álláspontja szerint nem állítható hogy a szolgáltatás egészségtelen lenne, így a vállalkozás nem marasztalható.

157. A jogi szabályozás változatlanságára tekintettel – hivatkozva az Alaptörvény T) cikkében foglaltakra is – az eljárás alá vont álláspontja szerint a GVH nem tilthatja meg a FOX CONSULTING számára, hogy a szolárium csövek által kibocsátott fény pozitív biológiai hatásait kommunikálja.
158. A következőes bírósági gyakorlatra fényében [vö. EBH 2017.02.K8, Kúria Kfv.III.37.162/2015.] előadta, hogy a közigazgatási eljárás garanciális szabályainak figyelmen kívül hagyása az ügy érdemére kiható jogszabálysértést eredményez. Így álláspontja szerint az előzetes álláspontban foglaltak teljes egészében megalapozatlanok.
159. Kifejtette továbbá, hogy a GVH a szoláriumok egészségügyi hatásai tekintetében olyan megállapításokat tesz, illetve olyan következtetésekre jut, mely kérdésekben a döntéshozatal nem a GVH feladata. Álláspontja szerint ennek a szereptévesztésnek köszönhetően az előzetes álláspont az egész szolárium piacra vonatkozó, téves megállapításokat tartalmaz. Így azt, hogy „(...) a SCHEER véleménye szerint nincs biztonságos határérték a napágyakból származó UV expozíciójára, valamint, hogy a bőrt ért dózisok az idő során összeadódnak (...)”. A gyakorlatban ez a megállapítás azt eredményezné, hogy szolárium szolgáltatást nem lehetne nyújtani, annak népszerűsítése tárgyában nem lehetne semmilyen reklám-tevékenységet végezni. Ez orvos szakmai szempontból téves lenne, és jogalkotói hatáskör elvonást eredményezne véleménye szerint, mivel a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvény (a továbbiakban: Grt.) szoláriumok vonatkozásában reklámtilalmat nem tartalmaz.
160. Érvelésében rámutatott továbbá arra, hogy az érintett piacon az előzetes álláspont piactorzító és diszkriminatív hatást eredményez, mivel megtiltaná a FOX CONSULTING részére a szolárium szolgáltatás, illetve annak pozitív biológiai hatásai reklámozását, míg a többi piaci szereplő vonatkozásában ilyen korlátozó megállapítást nem tesz. Mindez álláspontja szerint sérti az Alaptörvény már hivatkozott XXIV. cikk (1) bekezdés és XXVIII. cikk (1) bekezdés rendelkezéseit.
161. Az általános észrevételek harmadik pilléréként az eljárás alá vont előadta, hogy a Tptv. 73. § (1) bekezdése alapján a GVH által küldött előzetes álláspontnak tartalmaznia kell – többek között – a tényállás értékelését. Ugyanakkor előadása szerint a GVH nem határozta meg pontosan, hogy az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pont mely alpontjának megvalósítását veti fel a vizsgált kereskedelmi gyakorlat. Álláspontja szerint az Fttv. 6. § (1) bekezdés szerinti tényállási elemek taxatív módon kerültek meghatározásra, így az előzetes álláspontban pontos jogszabályhely felhívása mellett kellett volna a jogsértést megjelölni. E körben hivatkozta továbbá a 7/2013. (III.1.) AB határozatot, mely szerint az „indokolási kötelezettség alkotmányjogi értelemben vett sérelme az eljárási szabály alaptörvényellenes alkalmazását jelenti.”
162. Jogi érvelésében hivatkozott továbbá az Fttv. 3. § rendelkezéseire is. E körben aláhúzta, hogy a generálklauzula esetén a tisztességtelenség vizsgálatakor a GVH-nak egyrészt vizsgálnia kell, hogy a vállalkozás a szakmai gondosság követelményének megsértésével járt-e el, illetve, hogy a gyakorlat a fogyasztói magatartás torzítására alkalmas volt-e. Álláspontja szerint a vizsgált magatartás esetén a GVH a szakmai gondosság követelményének vizsgálatát egyszerűen nem végezte el. Véleménye szerint vizsgálni kellett volna, hogy
- az első állításcsoport körében hivatkozott megjelöléseket az eljárás alá vont bejegyzett védjegyeként jóhiszeműen használja,

- a Baranya Megyei Kormányhivatal BA/001/00799-7/2017. ügyiratszámmon a 2017-es évben a FOX CONSULTING egy franchise partnere ellen lefolytatott közigazgatási eljárásban már vizsgálta az eljárás alá vont márkaneveként használt bioszolárium megjelölést, mely eljárásban 1701K-181. határozatszámmal 2017. szeptember 22-én meghozott - jogerős határozatában - a zöld bioszolárium megnevezés használatával kapcsolatban jogsértést nem állapított meg,
 - a harmadik állításcsoportba tartozó kommunikációk alkalmazása előtt a FOX CONSULTING orvosi szakértőket bízott meg, mely szakértők véleményére alapította kommunikációját.
163. Fentiekkel összefüggésben sérelmezte továbbá, hogy – hivatkozva az előzetes álláspont 36. pontjára – az eljáró versenytanács eltekintett az arcuati kézikönyv ismertetésétől, mivel az nem tartalmazott az érintett kereskedelmi kommunikációval kapcsolatos információkat, mely álláspontja szerint azt eredményezte, hogy az eljáró versenytanács az első és a második állításcsoport esetén a tényállást nem tárta fel megfelelően. Véleménye szerint amennyiben az eljáró versenytanács értékelte volna az arcuati kézikönyvet, megállapíthatta volna, hogy a második állításcsoportba tartozó kommunikációt alappal folytatta a FOX CONSULTING.
164. A tényállás hiányosságaira figyelemmel az eljárás alá vont álláspontja szerint a GVH nincs abban a helyzetben, hogy a Tptv. 78. § (3) bekezdésére figyelemmel megalapozott módon tudjon bírságot kiszabni.
165. Általános kifogásként jelölte meg továbbá, hogy (1) a GVH szubjektív alapon, az SZTNH szakhatósági állásfoglalásnak ellentmondva alakította ki álláspontját, (2) korábbi gyakorlatának [vö. VJ/131/2005/23. számú határozat] ellentmondva tervezi a jogsértés megállapítását, hiszen korábbi döntésében hasonló tényállás mellett megszüntette az eljárást, végül (3) az uniós irányelveknek ellentmondva értékeli az átlagfogyasztót és kötelezőnek nem minősülő véleményekre alapítva, az eljárás alá vont által benyújtott tudományos bizonyítékokat mellőzve kívánja a jogsértést megállapítani.
166. Fentiekre figyelemmel álláspontja szerint a GVH eljárása jogszabálysértő.

VI.2.2. Az egyes állításcsoportok körében megfogalmazott kifogások, jogi álláspont

VI.2.2.1. Az első állításcsoporttal kapcsolatos észrevételei

167. E körben a „zöld bio”, „bio” és a „természet erejével”, valamint a hasonló állítások értékelésével kapcsolatos jogi álláspontját fejtette ki a FOX Consulting. Érvelésének alapját az Fttv. 4. § rendelkezésében foglaltak képezték, mely szerint – hivatkozva a GVH, a bíróságok és az Európai Unió Bíróságának ítélkezési gyakorlatára – az átlagfogyasztó nem egy naiv, hiszékeny, felületes fogyasztó. Így az átlagfogyasztó nem alakíthatott ki olyan képzettséget, hogy a „bio” jelzővel ellátott szolgáltatás az élelmiszerekre vonatkozó „bio” kifejezéssel összefüggésben állhatna, vagy a „bio” szó által a szolgáltatás egészségesebb lenne, mint az összes többi szolgáltatás.
168. Álláspontja alátámasztására hivatkozta a VJ/131/2005/23. számú döntésben kifejtett versenytanácsi álláspontot, mely szerint az adott termékekkel kapcsolatban az ésszerűen eljáró fogyasztó nem feltételezhette, hogy a termékek a bio-gazdálkodás, termesztés produktumai lennének.
169. Ismertette, hogy a „bio” kifejezést a FOX CONSULTING nem az ökológiai termelésről és az ökológiai termékek címkézéséről és a hatályon kívül helyezéséről szóló a Tanács 2007. június 28-i 834/2007/EK Rendelet és a mezőgazdasági termékek és élelmiszerek ökológiai gazdálkodási követelmények szerinti tanúsításáról, előállításáról, forgalmazásáról, jelöléséről és ellenőrzésének eljárásrendjéről szóló 34/2013. (V. 14.) VM rendeletben foglalt ökológiai értelemben használja. Így a szolárium-szolgáltatás tekintetében az

ésszerűen eljáró fogyasztó nem feltételezhette, hogy a szolgáltatás a bio-gazdálkodás, termesztés produktumai lenne.

170. Ismertette továbbá a „bio” szó egyes lexikonok szerinti jelentését, aláhúzva, hogy az étellel kapcsolatos jelentéssel bír, így tévesen állítja a GVH, hogy „a „bio” és „természet” állítások megtévesztően azt is sugallják, hogy az eljárás alá vont szoláriumai az emberi szervezetre gyakorolt pozitív hatások vonatkozásában különleges tulajdonsággal bírnak.”
171. A „bio” jelentésével kapcsolatban vitatta az előzetes álláspont 187. és 188. pontjait, melyek rögzítették, hogy a „bio”, „öko” és „organikus” szavak arra a mezőgazdasági rendszerre utalnak, amely kizárólag természetes technológiákat használ ahhoz, hogy egészséges és tápanyagokban gazdag készítményeket állítson elő, mely jelentéstartalom-bővülés átgyűrűzött más termékekre és szolgáltatásokra. Előadásában – hivatkozva az ökológiai termelésről és az ökológiai termékek címkézéséről és a 2092/91 /EGK rendelet hatályon kívül helyezéséről szóló a TANÁCS 2007. június 28-i 834/2007/EK Rendelet 1. cikkében foglaltakat – rámutatott arra, hogy a „bio”, „öko” és „organikus” szavak kizárólag az ökológiai termelési folyamatra utalnak.
172. Vitatta továbbá az előzetes álláspont 197. pontjában foglalt megállapítást, miszerint a FOX Consulting nem bizonyította, hogy szolgáltatása mi alapján tekinthető „bio”-nak, a lehetséges fogyasztói értelmezésnek és valószínűsített (természetességgel, egészségügyi szempontból kedvező) elvárásoknak megfelelő szolgáltatási tartalom nincsen. E körben az eljáró versenytanács az arculati kialakítás kapcsán tett eljárás alá vonti bizonyítékokat az nem fogadta el. Hangsúlyozta a FOX Consulting, hogy az arculat kapcsán a GVH rendelkezésére állnak a bizonyítékok, ugyanakkor ismételt csatolt fotókat annak alátámasztására, hogy a szalonok kialakítása a természet közelségét tükrözi, illetve benyújtotta a „Természet hangjai” elnevezésű, a szolgáltatás igénybevétele során választható hanganyagot.²¹²
173. A már ismertetett 834/2007/EK Rendelettel összefüggésben rögzítette, hogy álláspontja szerint a „bio” szó használata csak abban az esetben tilos, amennyiben a rendelet hatálya alá tartozó termékek tekintetében történik, és a használat nem felel meg a rendeletben foglalt követelményeknek.
174. A megtévesztésre alkalmasság kapcsán rögzítette, hogy a Tpv. 10/A. § (3) bekezdés rendelkezéseire figyelemmel az eljáró versenytanács nem juthatott arra a következtetésre, hogy – figyelemmel az elvi jelentőségű döntések 1.4.9. pontjára is – az átlagfogyasztó asszociáció útján a szolgáltatást a „bio” szóval társította, mivel a „bio” szóhoz soha nem társult az „egészséges” vagy „egészségesebb” jelentés. A „bio” szót a társaság kizárólag az életfolyamatokkal való kapcsolat jelölésére használta, úgy, mint biológia, azaz az élőlényekkel foglalkozó tudományok összessége, amely a flórából és faunából áll.
175. Fentiekkel összefüggésben megismételte továbbá, hogy Magyarországon és nemzetközi piacon számos társaság működik, amelyek által forgalmazott termékek, vagy nyújtott szolgáltatások nem az ökológiai termelés kapcsán kapták márkanévüket, így a BioHair, Bioderma, BioTech USA, Bábolna Bio Kft. Aláhúzta, hogy egyes alkalmazás során a „bio” jelzőt kifejezetten mérgező, az életet elpusztító biocid anyagokkal kapcsolatban is alkalmazzák. Érvelésében kifejtette, hogy e márkanévek tényleges és széleskörű piaci használatának tényét teljes egészében figyelmen kívül hagyta a GVH, így nem releváns a „bio” szóhoz kapcsolt fogyasztói előfeltevésekre vonatkozó okfejtése sem.
176. Véggkövetkeztetése, hogy mindezzel a GVH eljárása az Ákr. 2. § rendelkezéseibe ütközik.
177. Az első állításcsoporttal kapcsolatban előadott jogi érvek egy része a védjegyoltalom körében kerültek kifejtésre az eljárás alá vont által. Megjelölte, hogy védjegyoltalommal rendelkezik
- a KiwiSun Bioszolárium szóvédjegy,

²¹² VJ/4-51/2019. számú irat 8. számú melléklet

- a ZÖLD BIOSZOLÁRIUM színes ábrás védjegy,
- a BIOSZOLÁRIUM kiwisun színes ábrás védjegy

vonatkozásában.

178. E körben kiemelte, hogy mint ahogyan azt az SZTNH a GVH megkeresése nyomán rögzítette a Vt. 3. § (1) bekezdés b) pontja alapján megvizsgálta, hogy a védjegy alkalmas lehet-e a fogyasztók megtévesztésére, mely kapcsán megállapította, hogy a megtévesztés reális esélye nem merült fel. Az SZTNH kialakult joggyakorlata szerint nem eredményezi a fogyasztók megtévesztését a megjelölésben foglalt olyan információ vagy utalás, amelyet a fogyasztók nem tekintenek valóságos információnak a védjeggyel ellátott áru valamely jellemzője tekintetében. Álláspontja szerint ez is azt támasztja alá, hogy az átlagfogyasztó nem gondolhatja azt, hogy „bio” szolgáltatásról van szó, hiszen köztudott, hogy a bio jelző kizárólag a FOX Consulting által már bemutatottak szerint az étellel kapcsolatban használható. Hivatkozott továbbá arra, hogy az SZTNH álláspontja szerint a „zöld”, illetve a „bio” szavak fantáziaszavaknak minősülnek, a GVH megkeresésével érintett védjegyjáráások során az SZTNH – nyilatkozata szerint – a vonatkozó jogszabályi előírásoknak és a kialakult joggyakorlatnak megfelelően, az ügyféli jogok gyakorlásának, illetve a kötelezettségek teljesítésének az előmozdítását szem előtt tartva, kellő gondossággal, illetve körültekintéssel járt el. Ugyanakkor az eljáró versenytanács az SZTNH nyilatkozata ellenére sem tartja életszerűnek azt, hogy a releváns fogyasztók a „zöld” és a „bio” szavakat fantáziaszavakként értelmezik egy szolárium-szolgáltatás vonatkozásában. Mindez azonban álláspontja szerint azt eredményezi, hogy a GVH az SZTNH, mint szakhatóság döntését felülbírálja, azzal ellentétes megállapítást tesz, melyre – utalva az elvi jelentőségű döntések 1.6.13. pontjában foglaltakra – nem jogosult, azt köteles elfogadni, és az alapján minősíteni a reklámot.
179. Nem értett egyet az eljáró versenytanács azon megállapításával, hogy a védjegyjogi és versenyjogi fogyasztóvédelmi szempontokat a fogyasztók megtévesztése kapcsán el kell különíteni egymástól, e körben utalt a Lloyd vs. Loint’s ügyben hozott döntés 26. pontjára is²¹³, amely véleménye szerint a fogyasztók tekintetében ugyancsak az átlagosan tájékozott, megfelelően figyelmes és körültekintő fogyasztót kell alapul venni. Különbség tehát így álláspontja szerint nincs a védjegyjogi és a versenyjogi fogyasztóvédelmi szempontok között. Álláspontja szerint – figyelemmel arra, hogy a Vt. 12. § (1) bekezdése értelmében a védjegyvoltalom alapján a kizárólagos joga van a védjegy használatára, amelytől nem tiltható el – az eljáró versenytanács által tervezett jogkövetkezmények egyrészt az SZTNH, mint szakhatóság álláspontjának – jogkör nélküli – felül bírálatát, másrészt a FOX Consulting Alaptörvény XIII. cikk (1) bekezdésében rögzített tulajdonhoz való jogát sértené.

VI.2.2. A második állításcsoporttal kapcsolatos észrevételei

180. E körben a „speciális fény”, a „világon egyedülálló technológia” és az „egész Európában piacvezető újdonság”, valamint a hasonló állítások versenytanácsai értékelésével kapcsolatos jogi álláspontját fejtette ki a FOX Consulting.
181. A korábban előadottakat ismét megerősítve rögzítette, hogy a „speciális”, „világon egyedülálló” vagy „Európában piacvezető” jelleget:
- a kibocsátott fény zöld színe,
 - a „természet hangjai” szolgáltatás,
 - „őserdő frissítő permet” szolgáltatás,

²¹³ „For the purposes of that global appreciation, the average consumer of the category of products concerned is deemed to be reasonably well-informed and reasonably observant and circumspect (see, to that effect, Case C-210/96 Gut Springenheide and Tusky [1998] ECR I-4657, paragraph 31). ”

"Az átfogó értékelés kapcsán a kérdéses áruk átlagosan tájékozott, megfelelően figyelmes és körültekintő fogyasztóiból kell kiindulni."

- szolárium-üzlet teljes zöld színű megjelenítése adja.
- 182. Fentiekkel a FOX Consulting álláspontja szerint az alap szolárium-szolgáltatást egyedülállóvá tevő komplex szolgáltatási élményt nyújt. Előadta, hogy a vizsgált állításokat az érintett piac többi szereplőjének viszonylatában jelentette ki, így az állításokkal kapcsolatban azt kell vizsgálni, hogy valóban egyedülálló-e az eljárás alá vont szolgáltatása.
- 183. Előadta, hogy mivel kizárólag a FOX Consulting nyújtja a természet közeli élményt a szolárium-szolgáltatásával együtt, ezért ebben a tekintetben szolgáltatása egyedülálló. Érvelése alátámasztására csatolta a Langmár kommunikáció által elvégzett kutatási jelentést²¹⁴, mely rögzíti, hogy a flóra és fauna megjelenítésével az eljárás alá vont mindenképpen egy új élményt biztosít a vendégeknek.
- 184. Megalapozatlannak és a tényekkel ellentétesnek tekintette az előzetes álláspont 190. és 191. pontjában foglaltakat, e körben ismételten hivatkozott arra, hogy amennyiben a GVH az arculati kézikönyv értékelését elvégezte volna, az egyedülálló módon alkalmazott zöld koncepció megismerhető lett volna.
- 185. Az „egész Európában piacvezető újdonság” kijelentéssel kapcsolatban hivatkozott a GVH gyakorlatára, mely szerint önmagában egy általánosan megfogalmazott felsőfokú jelző vagy minősítés legfeljebb a figyelem felkeltésére alkalmas. A „piacvezető” fordulat álláspontja szerint nem konkrét tulajdonsághoz kapcsolódik, kiegészítő információk hiányában az általánosan megfogalmazott állítás nem alkalmas arra, hogy a fogyasztókat üzleti döntésük meghozatala során érdemben befolyásolja.
- 186. A „speciális fény” állítással kapcsolatban előadta, hogy az a használt csövek egyedülálló zöld színére vonatkozik.

VI.2.2.3. A harmadik állításcsoporttal kapcsolatban kifejtett jogi álláspont

- 187. E körben az eljárás alá vont ismételten előadta, hogy az általa korábban becsatolt bizonyítékok²¹⁵ a kereskedelmi kommunikációban alkalmazott állításokat teljes körűen alátámasztják. Ismételten hangsúlyozta, hogy a bizonyítékokat a GVH köteles megvizsgálni, különösen mivel a bizonyítékok a „bioszoláriuméval” egyező hatású csövek által kibocsátott fény hatását vizsgálták. Kifogásolta, hogy az az eljáró versenytanács álláspontja szerint Dr. J. E. és Dr. M. A. tanulmányai nem megfelelő szakvéleménynek. E körben vitatta, hogy azok pusztán angol nyelvű tanulmányok magyar nyelvű összefoglalói lennének.
- 188. Álláspontja szerint az általa tett állítások tudományosan bizonyított tények, így az elvi jelentőségű döntések I.6.14. pontja nem alkalmazandó.
- 189. Előadta, hogy a már hivatkozott két szakértő külföldi tudományos ismeretekre is hivatkoznak tanulmányaikban, amelyek teljes mértékben függetlenek a FOX Consultingtól. Erre figyelemmel álláspontja szerint nem megalapozott a GVH azon hivatkozása, hogy a szakvéleményekben foglaltak nem függetlenek. Aláhúzta továbbá, hogy Dr. J. E. és Dr. M. A. tudományos munkái az ellenszolgáltatás tényétől függetlenül is a tényeket és tudományos ismereteket közölte. Arra vonatkozó bizonyítékot a GVH nem tárt a FOX Consulting elé, mely ezt cáfolná.
- 190. Mivel a fenti bizonyítékokat a GVH nem vizsgálta, így értékelése szerint az eljárásban a FOX Consultingot megfosztották a védekezéshez való jogától, mely szintén arra mutat, hogy a GVH eljárása jogszabálysértő volt – az Ákr. 2. § rendelkezéseiben foglalt jogszerűségi elv megsértésén túl. E körben annak alátámasztására, hogy a GVH eljárása jogellenes volt, hivatkozott továbbá az elvi jelentőségű döntések I.14.7. pontjára is.

²¹⁴ VJ/4-51/2019. számú irat 9. számú melléklet

²¹⁵ Dr. J. E. és Dr. M. A. tanulmányai, továbbá az European Sunlight Association összefoglaló tudományos cikkgyűjteménye, Michael F. Holick A nélkülözhetetlen D- vitamin című könyve, valamint számos további egyéb tanulmány

191. Fentiekkel összefüggésben rögzítette, hogy a FOX Consulting az elvi jelentőségű döntések I.14.3. pontjában, továbbá az Fttv. 14. § rendelkezéseiben foglalt kötelezettségének is eleget tett.
192. Érvei között kifejtette továbbá, hogy – az eljáró versenytanács megállapításával ellentétben – a FOX Consulting nem kizárólag a szoláriumok pozitív hatásait jelenítette meg a fogyasztók számára, hanem a fogyasztók figyelmét arra is felhívta, hogy kik nem használhatják a szolgáltatást, illetve akik használják, mire figyeljenek. Állítása alátámasztására a recepción, valamint a kabinokban kihelyezett tájékoztató szövegeket benyújtotta.²¹⁶ A csatolt figyelmeztető szövegekkel kapcsolatban jelezte, hogy az véleménye szerint az elvi jelentőségű döntések I.6.8. pontjában foglaltak szerint kiegészítő, korrigáló tartalmú tájékoztatásnak minősülhetnek, melyet a fogyasztók a döntési folyamat azonos szakaszában kaptak meg, így azok az eljáró versenytanács által valótlannak minősített információk jogsértő jellegének megszüntetésére alkalmasak voltak.
193. A D-vitamin termelés körében tett állítások kapcsán hangsúlyozta, hogy maga a SCHEER jelentés is elismeri, hogy a napágy használata segítheti a D-vitamin termelést, melyet maga az eljáró versenytanács is elismert, ugyanakkor ennek ellenére tervezte megállapítani a jogsértést, tekintve, hogy megtévesztésre alkalmasnak tartja, amennyiben egy potenciálisan egészségkárosító szolgáltatást a vitaminpótlás, mint az egészségre gyakorolt pozitív ígérettel reklámoznak. A D-vitamin körében tett állításai alátámasztására ismételten hivatkozott a Dési Albert [villamos, épület villamos igazságügyi szakértő] által készített szakértő véleményére, mely rögzítette, hogy a vizsgálattal érintett napágyak AVA és UVB tartományban is sugároznak, így az UVB sugárzás által kiváltott fizikai és biológiai hatások is érvényesülnek használata során. Előbbiekre figyelemmel a FOX Consulting álláspontja szerint igazolt, hogy a Skin Angel Bio Green csövekkel működő szolárium gépek alkalmasak akár a D-vitamin termelés előidőzésére.
194. Kifejtette továbbá, hogy az általa csatolt, pontosított Piacfelügyeleti Hírlevél igazolja, hogy a SCHEER jelentés nem megalapozott, Magyarországon a jelenlegi szabályozás szerint a szolgáltatás biztonságos határértéke $0,3\text{W/m}^2$, így a csatolt gyártói nyilatkozatra²¹⁷ figyelemmel, melyben a gyártó kijelenti, hogy a napágy a vonatkozó szabvány szerint a teljesítményt a $0,3\text{W/m}^2$ értéknek megfelelően biztosítja, a GVH nem állapíthatja meg jogszabályszerűen, hogy a FOX Consulting által nyújtott szolgáltatás egészségkárosító hatású lenne. Álláspontja szerint, amennyiben a GVH a SCHEER jelentésre alapozva marasztalná el, akkor eljárása az Ákr. 2. § rendelkezéseinek nem felelne meg, ugyanis nem a jogszabályi keretek között járna el.
195. Sérelmezte továbbá, hogy az eljáró versenytanács a SCHEER jelentésnek csak a rá vonatkozó kedvezőtlen megállapításait fogadta el valónak, a marasztaláshoz megállapításához kapcsán a figyelembevételének jogi alapját vitatta. E körben hosszasan ismertette, hogy az európai jog közvetlen hatálya miként alakul az egyes jogforrások tekintetében, ennek ismertetésétől az eljáró versenytanács eltekint. Érvelésének végkövetkeztetése, hogy mivel a SCHEER jelentés mindösszesen egy vélemény, annak alkalmazása nem kötelező. Kiemelte, hogy önmagában a SCHEER jelentésre alapozott marasztaló döntés jogszabályellenes, függetlenül attól, hogy a GVH a jelentés egyes megállapításai között önkényesen válogatott, így a GVH eljárása teljes mértékben jogszabályellenes.
196. Kiemelte, hogy kereskedelmi gyakorlatában egyetlen alkalommal sem állította, hogy a szolgáltatás egészséges, ennek ellenére a GVH úgy kívánja az Fttv. 6. § rendelkezéseibe ütközést megállapítani, mintha az „egészséges” szót közölte volna. A harmadik állításcsoport egyik állítása sem utal – akár közvetetten – az egészségre. Erre figyelemmel álláspontja szerint a GVH jogszabályellenesen jár el, nem jogosult minden alapot és

²¹⁶ VJ/4-51/2019. számú irat 10. számú melléklet

²¹⁷ VJ/4-51/2019. számú irat 11. számú melléklet

bizonyítékot nélkülözve eljárást folytatni, mintha a FOX Consulting azt hirdette volna, hogy a szolgáltatása egészséges és ezzel a fogyasztókat megtévesztette volna.

197. Az eljáró versenytanács az előzetes álláspont 229. pontjában felrótta a FOX Consultingnak, hogy bár nyilatkozata szerint nyomon követi a nemzetközi kutatási eredményeket, a SCHEER jelentést, illetve annak eredményeit – az eljárás megindítását megelőzően – nem építette be kommunikációjába. E körben kiemelte, hogy MKEH Piacfelügyeleti és Műszaki Felügyeleti Hatóság kizárólag 2019. szeptember 6. napján tette közzé honlapján a 2019. szeptember 5-i 2019/3. számú Piacfelügyeleti Hírlevelét „Tájékoztató a szoláriumok UV-sugárzásának egészségre gyakorolt biológiai hatásairól” címmel, mely időpont előtt semmilyen tájékoztató nem jelent meg arról, hogy a SCHEER véleményt az európai, illetve magyar hatóságok alkalmazzák-e, figyelembe veszik-e. Kiemelte továbbá, hogy a már hivatkozottak szerint a pontosított Piacfelügyeleti Hírlevél aláhúzta, hogy a *„tudományos megállapítások a jelenleg hatályos szabályozásban még nem jelentek meg, így a jelenleg érvényes szabályozás szerint a szolárium berendezések UV- sugárzásának a biztonságos határértéke 0,3 W/m² értékű.”*
198. Érvelése szerint a GVH a Tptv. 33. § és az Ákr. 2. § rendelkezése szerint csak a törvényekben foglaltakat alapján, annak megsértése esetén állapíthat meg jogkövetkezményt, így mivel a magyar jogszabályok a SCHEER véleményt nem vették át, annak kötelező jellege nincs, ezért alaptalan és jogsértő a GVH SCHEER véleményre, és a véleményt alapul vevő valamennyi hivatkozott dokumentumra hivatkozó álláspontja.
199. Hivatkozott az European Sunlight Association Napfény és szolárium természetes és mesterséges UV-sugárzás című kiadványára²¹⁸ és az abban foglaltakra, mely felhívja a figyelmet arra, hogy a WHO és az Európai Bizottság SCHEER (Egészségügyi, Környezeti és Újonnan Felmerülő Kockázatok Tudományos Bizottsága) csoportja szoláriumokkal kapcsolatos jelentései:
- tudományos ismeretekkel nem kellően alátámasztott,
 - a melanóma kockázatának növelése körében tett megállapításai nem kritikus irodalmi érveléseken alapulnak,
 - elhanyagolták az egyre növekvő bizonyítékokat az UV sugárzás által serkentett D-vitamin előállítás egészségügyi előnyei tekintetében,
 - nem tudják megállapítani az ok-okozati összefüggést a szolárium használata és bármilyen rákbetegség között,
 - olyan tanulmányokon alapulnak, amelyeket a jelenlegi sugárzási határérték bevezetése előtt végeztek el,
 - a 0,3 W/m² határérték megegyezik a Földközi-tenger térségében lévő napfénnel,
 - számos olyan tanulmányra hivatkoztak, amelyekben I-es bőrtípusú személyek is részt vettek, akiknek Európában nem engedélyezett a szolárium használata.
200. Az eljárás alá vont álláspontja szerint tehát a SCHEER csoport és a WHO jelentései egyrészt tudományosan vitatottak, másrészt nem kötelezően alkalmazandóak, harmadrészt a Piacfelügyelet szerint a jelenleg hatályos szabályozás a SCHEER-ben foglaltaknak ellent mond. Erre tekintettel álláspontja szerint vele szemben jogsértés nem állapítható meg. Hivatkozott továbbá arra, hogy a SCHEER véleménynek és a további hivatkozott arra épülő dokumentumnak nincs relevanciája a jelen eljárásban, hiszen a SCHEER vélemény magát a szolárium-szolgáltatást tiltja, mivel a SCHEER csoport álláspontja szerint annak nincs biztonságos határértéke.
201. A SCHEER vélemény kötelező érvényűvé tételéhez a szabályozás módosítása szükséges, így álláspontja szerint, amíg ez nem történik meg, és Magyarországon az MSZEN60335 szabvány kötelező, a FOX Consulting nem követett el semmilyen jogsértést szolgáltatásával és kereskedelmi tevékenységével. Amennyiben a GVH a SCHEER

²¹⁸ VJ/4-51/2019. számú irat 12. számú melléklet

vélemény alapján marasztalja az eljárás alá vont vállalkozást, azt diszkriminációnak minősülne, és a GVH jogszabályi hatáskörén túllépve állapítana meg kötelezettségeket és tiltásokat.

202. Fentiekhez kapcsolódva aláhúzta továbbá, hogy a FOX Consulting felelőssége nem lehet parttalan, nem állhat fenn felelőssége a tekintetben, hogy a figyelmeztető közléseket figyelembe veszik-e a fogyasztók a szolgáltatás használatakor [vö. előzetes álláspont 232. pont].
203. Az előzetes álláspont 99. és 100. pontjában foglaltakkal kapcsolatban – mely a Nemzeti Népegészségügyi Központ Sugárbiológiai és Sugáregészségügyi Főosztályának Biztonságos-e a szoláriumozás? című anyagát ismerteti – előadta, hogy a FOX Consulting nem tartozik azon vállalkozások körébe, melyek azt kommunikálják, hogy a szoláriumozás egészséges lenne, illetve, hogy figyelemmel arra, hogy a vonatkozó szabványnak megfelel, felelősségre nem vonható.
204. A vizsgált állításokkal összefüggésben előadta, hogy álláspontja szerint a GVH kizárólag azt vizsgálhatja, hogy megfelelnek-e a valóságnak az „UV mentes”, „fokozza az endorfin termelődését”, „segíti a kalcium beépülését”, „jobban mozognak az ízületek”, „immunrendszer erősítő” állítások, melyet a GVH elmulasztott, a FOX Consulting felelősségét kizárólag a nem kötelező érvényű véleményre alapozva kívánja megállapítani. E körben tett további előadásai korábbi előadásait ismétlik, így azok megismétlésétől az eljáró versenytanács eltekint.

VI.2.3. A kötelezettségvállalással kapcsolatos előadások

205. A FOX CONSULTING előadta, hogy élni kívánt a kötelezettségvállalás lehetőségével, ugyanakkor abban a GVH nem volt partner. Annak érdekében, hogy vállalása megfeleljen a Tptv. 75. § rendelkezéseiben foglaltaknak, több alkalommal személyesen egyeztettek a vizsgálóval, magatartásával felhagyott, mindennek ellenére a kötelezettségvállalás elfogadására nem került sor.
206. Előadásában rámutatott arra, hogy álláspontja szerint a GVH az általa alkalmazott állításokat félremagyarázva, a hatályos jogszabályokba ütközően – nem kötelező érvényű véleményre alapozva – kívánja marasztalni az eljárás alá vontat, így a közérdek védelme kötelezettségvállalás útján is hatékonyan biztosítható lenne.
207. Kérte a GVH-t, hogy amennyiben a jogi minősítéshez fűződő közérdek megelőzi a kötelezettségvállalás esetén elérhető előnyöket, és az eljáró versenytanács továbbra sem tartja elfogadhatónak a kötelezettségvállalást, úgy tartson tárgyalást új határidő tűzésével, annak érdekében, hogy az eljárás alá vont kötelezettségvállalási nyilatkozatát megfelelően módosítani tudja.

VI.2.4. Az érdekelvvel kapcsolatos jogi álláspont

208. Rögzítette, hogy a FOX CONSULTING nem felel a franchise hálózat tagjainak esetleges reklámállításaiért, mivel a franchise tagok saját nevükben járnak el és az eladás ösztönzése nem áll közvetlenül a FOX CONSULTING érdekében. Bevétele egyösszegű díj, a franchise partnerek nyereségétől független, azzal nem áll egyenes arányban, így közvetlen érdekeltsége, és ezáltal felelőssége kizárt. Utalva az Fttv. kommentárjára rögzítette, hogy önmagában az értékesítési láncban való részvétele Fttv. 9. § (1) bekezdés szerinti felelősségét nem alapozza meg.
209. Hangsúlyozta továbbá, hogy az előzetes álláspont 240. pontjában foglalt állításokat a FOX CONSULTING soha nem tett, azokról tudomása nincs, így nem értelmezhető számára, hogy azokat a GVH milyen forrásból szerezte és miért értékeli az eljárás alá vont terhére. Előadta továbbá, hogy valamennyi franchise partnere önálló Facebook oldallal rendelkezik, melynek kezelése szintén a FOX CONSULTING-től függetlenül történik, így azok tartalmáért a vállalkozás felelőssége nem állhat fenn.

VI.2.5. A tervezett jogkövetkezményekkel kapcsolatos álláspont

210. A bírság kiszabására vonatkozó jogszabályi előírásokat az eljárás alá vont hosszan ismertette, melyet az eljáró versenytanács nem ismételne meg, csak az érdemi érvelésre vonatkozó részeket ismerteti.
211. Az előzetes álláspontban szerepelt, hogy az eljáró versenytanács tervezett jogkövetkezményként az eltiltás mellett bírság kiszabását tervezi. A FOX CONSULTING sérelmezte, hogy noha az előzetes álláspont 6. pontja rögzítette, hogy a vállalkozás KKV-nak tekintendő, a jogkövetkezmények körében diszkriminatív módon nem vette figyelembe azt az eljáró versenytanács, holott a Tpvt. 76. § (8) bekezdés alapján figyelmeztetés alkalmazásának is helye lenne. E körben előadta továbbá, hogy a bírság – véleménye szerint diszkriminatív – alkalmazása esetében az Alaptörvény XXIV. cikkében foglaltak megsértését is jelenti, azaz, hogy ügyét a hatóság nem részrehajlás nélkül bírálja el.
212. A súlyosító körülményekkel kapcsolatban előadta, hogy azok nem állnak fenn, az „egészséges” kijelentést soha nem alkalmazta, a vizsgált kifejezéseket már nem alkalmazza, az állításokat igazolta.
213. Kérte továbbá figyelembe venni – a Tpvt. 78. § (1b) bekezdésében, illetve az előzetes álláspont 16. pontjában foglaltakra tekintettel –, hogy az utolsó üzleti évben elért nettó árbevételének csak egy része származik a szolárium-szolgáltatásból.
214. Hangsúlyosan kiemelte, hogy a GVH által sem vitatottan KKV-ként minősül, és hogy az eljárás alá vont nem adott arra okot, hogy a GVH úgy ítélje meg, hogy vállalkozás jövőbeni magatartásának jogszerűsége, az újabb jogsértés elkövetésétől való tartózkodása bírság nélkül nem biztosítható, hiszen már nyilatkozott arról, hogy a vizsgálat tárgyát képező kifejezéseket nem használja.
215. Végezetül ismételtén aláhúzta, hogy az előzetes álláspontban megállapított tényállás és a tervezett döntés mind a jogszabályoknak, mind az Alaptörvénynek, mind a GVH korábbi gyakorlatának ellent mond. A tervezett döntést a GVH kötelező jelleggel nem rendelkező és az európai uniós jogszabályokban sem tükröződő SCHEER jelentésre alapozva, diszkriminatív módon kívánja meghozni. A tervezett döntés azt a jogellenes célt érné el, hogy a FOX CONSULTING ellehetetlenülne, miáltal a verseny torzulna.
216. Beadványa végén az eljárás alá vont az alábbi indítványt tette:
- az eljáró versenytanács változtassa meg előzetes álláspontját oly módon, hogy a Tpvt. 76. § (1) bekezdés o) pontja alapján állapítsa meg, hogy jogsértés nem történt,
 - másodlagosan kérte, hogy az eljáró versenytanács a Tpvt. 76. § (1) bekezdés m) pontja alapján a kötelezettségvállalás teljesítésére kötelezze a FOX CONSULTING-ot,
 - harmadlagosan, amennyiben jogsértést állapítana meg az eljáró versenytanács, vegye figyelembe, hogy a FOX CONSULTING KKV, és a magatartás megvalósítása során egészségre vonatkozó hatást nem kommunikált, melyre figyelemmel a Tpvt. 76. § (1) bekezdés 1) pontja alapján a 78. § (8) bekezdése szerinti figyelmeztetést alkalmazza és a Tpvt. 78. § (8) bekezdése alapján a bírság kiszabását mellőzze.

VI.3. Az eljárás alá vont kiegészítő észrevétele

217. Az eljárás alá vont 2019. november 29-én érkezett beadványában a korábbi fent ismertett észrevételeit azt fentartva az alábbiakkal egészítette ki.
218. Beadványában a Versenytanács VJ/87-33/2010. számú a Sun System Kft.-vel szembeni határozatára hivatkozva előadta, hogy a Versenytanács a Sun System Kft. ügyében lényegében ugyanúgy hatásállításokat vizsgált, mint esetében, azonban a Sun System Kft. esetében annyi többlet tényállási elem is megvalósult, hogy az kifejezetten egészségesnek tüntette fel a szolárium szolgáltatását, ilyen tényállítást a FOX CONSULTING Kft. nem tett. Ezenkívül a Sun System Kft. kifejezetten használta az „egészségesen” kijelentést, sőt piacelsőbbségi állításként alkalmazta ennek felsőfokát: „legegészségesebben”.

219. Ekörben hivatkozva a határozat 42. pontjára megállapította, hogy a Versenytanács a Sun System Kft. fent hivatkozott állításait alkalmasnak találta a megtévesztésre és azokat valós, bizonyított állításnak nem fogadta el, azonban a Sun System Kft.-vel szemben a fenti állítások megalapozatlan egészségügyi hatások miatt nem tartotta indokoltnak a bírság kiszabását, mert a az eljárás alá vont magatartásának felróhatóságát csekély fokúnak ítélte (határozat 50. pont)
220. Előadta, hogy tekintettel arra, hogy a szolárium-szolgáltatás biztonságos határértékére (0,3 W/m²) vonatkozó kötelező jogszabályok a fenti határozat meghozatala óta nem változtak, *e körben hivatkozott a 2019 3.1. sz. Piacfelügyeleti hírlevél pontosításra is*, az ügyében sem alkalmazhat szigorúbb szankciókat a GVH, feltéve, de meg nem engedve, hogy esetében a jogsértés megállapítására sor kerül. Hivatkozta arra, hogy ezzel szemben a Sun System Kft.-nel lényegesen kisebb piaci szerelő, és a vizsgált időszakban az inflációt figyelembe véve lényegesen kisebb árbevételt realizált, mégis a Versenytanács előzetes álláspontja 290. pontja alapján vele szemben bírság kiszabását tervezi.
221. A VJ/61-74/2016. számú, a HOLLANDIMPEX Kft. és társaival szembeni határozatra hivatkozással előadta, hogy ebben az ügyben is hatásállításokat vizsgált a GVH és azokat alkalmasnak találta a fogyasztók megtévesztésére és azokat bizonyított állításnak nem fogadta el, azonban a bírság kiszabását mellőzte a KKV törvény alapján és megfelelési eljárást írt elő.
222. Előadta, hogy a HOLLANDIMPEX Kft. és az AMERICAN LEISURE Kft. vállalkozásokhoz képest lényegesen kisebb piaci szerelő, és lényegesen kisebb árbevételt realizált, ezzel szemben az eljáró versenytanács előzetes álláspontja 290. pontja alapján bírság kiszabását tervezi, annak ellenére, hogy a FOX CONSULTING Kft. is KKV-nak minősül és ezt a tényt a Versenyhivatal az előzetes álláspont 6. pontjában meg is állapította.
223. Továbbá álláspontja szerint a Versenytanács ezen határozatának 118. pontjában – előadása szerint helyesen – tartózkodott attól, hogy orvos szakmai, illetve tudományos kérdésekben állást foglaljon, ezzel szemben a jelen eljárásában (lásd előzetes álláspont 94-100, 168 , 223., 225., 228 , 232 pontokban) jogszabályi alap nélkül már felhatalmazva érzi magát arra, hogy a direkt tudományos kérdésekben döntsön, orvos szakmai véleményeket feltehető érdeke szerint hagyjon figyelmen kívül, és felülírja a 2019/3 1. sz Piacfelügyeleti hírlevélben foglaltakat is.
224. Ezt követően Magyarország Alaptörvényének XXIV. és XXVIII. cikkeire hivatkozott és előadta, hogy a GVH korábbi, más szolárium szolgáltatókkal szemben lefolytatott fenti eljárásai, az abban vizsgált tényállások hasonlósága és a megállapított szankciók álláspontja szerint arra mutatnak, hogy a Versenytanács a FOX CONSULTING ügyében indokolatlan megkülönböztetést tervez alkalmazni és nem az egyenlő bánásmód követelményének megfelelően jár el.
225. Ezt követően bemutatta, hogy hogyan alakult a Sun System Kft., a Hollandimpex Kft. és a saját árbevételi adatai az elmúlt években, majd előadta, hogy véleménye szerint a Versenytanács tervezett döntése a fentiek alapján önmagában piactorzító és diszkriminatív hatást fog eredményezni az érintett piacon, mert egy kisebb piaci szereplővel, a FOX CONSULTING-galszemben lényegében azonos tényállás (hatásállítások megkérdőjelezése) alapján bírságot fog kiszabni, míg a sokkal tőkeerősebb piaci szereplők esetében korábban jóval enyhébb szankciókat alkalmazott.
226. Továbbá előadta, hogy a Versenytanács a FOX CONSULTING-gal szemben folytatott egyedi eljárásban - előzetes álláspontja alapján - véleménye szerint jogellenes módon, hatásköreit túllépve egy olyan döntést készül meghozni, mely az egész magyarországi szolárium piacra jelentős negatív hatást gyakorolhat. Ugyanis a Versenytanács a FOX CONSULTING-gal szemben folytatott egyedi eljárásában a SCHEER „Az ultrái bolya sugárzás egészségre vonatkozó biológiai hatásai, különös tekintettel a kozmetikai célú

szoláriumokra " 2016-ban keletkezett, nem kötelező erejű, szakmailag megalapozatlan, és közvetlenül nem alkalmazandó véleményére alapozva lényegében azt kívánja kimondani, és végleges határozatában nyilvánosan közzétenni, hogy nincs biztonságos határérték a napágyakból származó UV sugárzás expozíciójára. Véleménye szerint az eljáró versenytanács ezzel gyakorlatilag - szembemenve a Piacfelügyeleti Hatóság legutóbbi álláspontjával - be akarja tiltani a szolárium szolgáltatás reklámozását Magyarországon, mellyel a FOX CONSULTING-ot is ellehetetleníti.

227. Hivatkozott arra is, hogy a reklámtilalmakat a Grt. taxatíve tartalmazza, a tilalmak között a szolárium nem szerepel, a Versenytanács mindezek ellenére – számunkra ismeretlen és érthetetlen okból – egy nem kötelező, megalapozatlan és közvetlenül nem alkalmazandó EU véleményt kíván a magyarországi jogi szabályozás elé helyezni, mely visszafordíthatatlan károkat okozna a magyarországi szolárium piacon és a magyar szolárium üzemeltető cégek életében.
228. Végezetül előadta, hogy álláspontja szerint nem lehet célja egyetlen magyar hatóságnak, így a GVH-nak sem, hogy egy nem kötelező, megalapozatlan és közvetlenül nem alkalmazandó EU vélemény alapjait magyar piaci szereplőket lehetetlenítsen el.

VI.4. Az eljárás alá vont kötelezettségvállalási indítványa

229. A FOX CONSULTING a versenyfelügyeleti eljárás során két kötelezettségvállalásra irányuló szándéknyilatkozatot nyújtott be²¹⁹, ebben előadta, hogy a GVH-val való teljes együttműködés érdekében az eljárást megindító végzésben hivatkozott összes kijelentést eltávolította, illetve eltávolítja a weboldáról és a Facebook oldalról, kivéve a lajstromozott védjegyeket.²²⁰
230. Az eljárás alá vont vállalta azt, hogy semmilyen, fogyasztók felé intézett kommunikációiban, beleértve az esetleges nyomtatott, vagy on-line reklámjait, weboldalait, meglévő szolgáltatásaival összefüggésben nem használja az alábbi kijelentéseket: „egész Európában piacvezető újdonság”, „természet erejével”, „speciális fény”, „világon egyedülálló technológia”.²²¹
231. Az eljárás alá vont továbbá vállalta azt, hogy a jövőben a „fokozza az endorfin termelődését”, „segíti a kalcium beépülését”, „immunrendszer erősítő” kifejezések helyett a „fokozhatja az endorfin termelődését”, „segítheti a kalcium beépülését”, „erősítheti az immunrendszert”, továbbá „hozzájárul az immunrendszer egészséges működéséhez” kijelentéseket fogja alkalmazni és ezek használatánál az alábbi kiegészítéssel tájékoztatja a fogyasztókat: „A fenti valamennyi hatás a D-vitaminhoz köthető, így ez a hatás az UVB szoláriumok használatán kívül más módon is elérhető, úgy mint például napozással, táplálkozással, vagy vitamin- készítmények fogyasztásával.”²²²
232. Az eljárás alá vont nyilatkozataiban vállalta azt, hogy a „jobban mozognak az ízületek” hatást a jövőben nem használja.²²³
233. A FOX CONSULTING vállalta továbbá, hogy a Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése tárgyában indult eljárásokban tett kötelezettségvállalásról szóló 6/2014. számú közleményének (a továbbiakban: Közlemény) 19. d) pont alapján racionális fogyasztói magatartás irányába orientáló edukációs kampányt folytat le a fogyasztói tudatosság növelése érdekében. E körben vállalta, hogy a „bio” szó helyes, jogszabályban foglalt jelentésének tisztázásával kapcsolatban edukációs kampányt folytat le, melyben rögzíti, hogy a „bio” kifejezés

²¹⁹ VJ/4-8/2019., valamint az annak kiegészítését tartalmazó VJ/4-29/2019. számú iratok.

²²⁰ VJ/4-8/2019., VJ/4-29/2019.

²²¹ VJ/4-8/2019. 1. pont, VJ/4-29/2019. 1. pont

²²² VJ/4-8/2019. 2. pont, VJ/4-29/2019. 2. pont

²²³ VJ/4-8/2019. 3. pont, VJ/4-29/2019. 3. pont

milyen feltételek esetén, milyen áruk esetében alkalmazható. Az edukációs kampányban vállalta, hogy egy hónapon keresztül 20-20 alkalommal megjelenteti a társaság által korábban is használt RÁDIÓ1 országos rádiós hálózatában, annak leghallgatottabb műsorsávjain az alábbi szövegezéssel:²²⁴ „Ha BIO szóról hallasz, tudd, hogy élelmiszerek esetében szabályozott környezetben előállított termékekről van szó. Egyéb esetben használt BIO megnevezés önmagában nem jelenti azt, hogy ezek minősége szabályozott, vagy eltérő lenne. Akár márkanévként is találkozhatasz vele.”

„Hallottad, hogy a megfelelő D-vitamin szint az egészséges immunrendszer elengedhetetlen része? D-vitamin forrás lehet vitaminkészítmény, bizonyos élelmiszerek, a természetes napfény, továbbá a szolárium is. Ha szoláriumozol, egészséged érdekében ne dőlj be a gyors bámulás ígéretének. Bővebb információt a kiwisun.hu weboldalán találsz!”²²⁵

234. A FOX CONSULTING az edukációs kampány keretében vállalta továbbá, hogy a Rádió1 országos hálózatában 3 hónapon keresztül összesen 100 alkalommal minden egyes reklám szpotja végén elmondja, hogy a KiwiSun Bioszolárium bejegyzett védjegy. Nyilatkozata szerint ezen vállalásával a problémák gyökerére, okaira ható intézkedéseket tesz.²²⁶
235. Az eljárás alá vont vállalta azt, hogy bejegyzett, nemzeti és európai védjegyeit a lajstromozott formával azonos alakban és a védjegyre utaló ® megjelöléssel ellátva fogja használni, valamint, hogy a KiwiSun Bioszolárium, Zöld Bioszolárium, Bioszolárium kifejezéseknél szövegesen is feltünteti, hogy a kifejezések a FOX CONSULTING lajstromozott védjegyei.²²⁷ Vállalta továbbá, hogy a VJ/4-29/2019. számon iktatott nyilatkozat 4. pontjában foglalt edukációs kampányon és ennek 5. pontjában foglalt védjegykénti használaton kívül a „bio” szót semmilyen formában nem használja. Előadta, hogy ezt a tényt a VJ/4-29/2019. számú nyilatkozat 9. pontjában foglaltaknak megfelelő beszámolóval és annak mellékleteivel fogja igazolni a GVH felé.²²⁸
236. Az eljárás alá vont vállalta továbbá azt, hogy a Közlemény 19. d) pont alapján racionális fogyasztói magatartás irányába orientáló edukációs kampányt folytat le a fogyasztói tudatosság növelése érdekében. Ennek keretében az eljárás alá vont vállalta, hogy a honlapján, a Facebook-on tájékoztatja a fogyasztókat arról, hogy a túlzott szolárium használat következtében milyen negatív hatások keletkezhetnek, bőrrák, stb., illetőleg felhívja a figyelmet azokra a betegségekre, melyek esetében a szolárium használata nem javasolt.²²⁹ A kommunikáció a honlapon önálló menüpont feltüntetésével kerülne állandó jelleggel a honlapra, míg a Facebook-on havonta egy alkalommal minden hónap 10. napjáig, 2019. december 31. napjáig folyamatosan az alábbi üzenet kerülne ki: „Használd okosan a szoláriumot! Az egészség a legnagyobb kincsünk, vigyázzunk rá együtt! Kérünk ezért, hogy a szolárium szolgáltatást nagyon tudatosan és mértékletesen használd, a bőröd egészsége és szépsége megőrzése érdekében. Az aranybarna bőrszín elérése mellett közismert, hogy a napfény és a szoláriumok által kibocsátott bizonyos spektrumú UV fénysugárzás hatására D-vitamin termelődik szervezetünkben, amelynek többféle igazolt jótékony hatása is lehet. A D-vitaminhoz hozzá lehet jutni például napozással, táplálkozással vagy vitaminkészítménnyel is. Nagyon figyelj arra, hogy mindig csakis a bőrtípusodnak és bőröd barnulási képességének megfelelő időtartamokra és gyakorisággal szoláriumozz, tartsd be a fokozatosság elvét! Ha a napon gyakran leégsz és/vagy

²²⁴ VJ/4-29/2019. 4. pont

²²⁵ VJ/4-29/2019. 4. pont

²²⁶ VJ/4-29/2019. 4. pont

²²⁷ VJ/4-8/2019. 4. pont, VJ/4-29/2019. 5. pont

²²⁸ VJ/4-29/2019. 5. pont

²²⁹ VJ/4-8/2019. 5. pont, VJ/4-29/2019. 6. pont

betegségben szenvedsz és/vagy rendszeresen gyógyszert szedsz, akkor a szolárium használat lehetőségéről konzultálj orvosoddal. Az ultraibolya sugárzás szemsérülést és bőrsérülést okozhat, mint például a bőr öregedése és esetleges bőrrák. Gépeink használatáról recepciós munkatársunk bőrtípusodnak megfelelően hasznos tanácsokkal tud ellátni, a napozás időtartama és annak gyakoriságával kapcsolatban, valamint kérésedre, bőrtípusod és megbeszéléseitek alapján, személyre szabott szolizációs tervet javasolhat. Ügyelj arra, hogy a bőröd soha ne égjen meg! A túl erős UV fény szemsérülést okozhat, ezért mindig használj védő szemüveget, amelyet a recepción ingyen biztosítunk! Amennyiben olyan érzékeny a bőröd, hogy bármilyen UV fényre leégéssel reagál, vagy ha még nem múltál el 18 éves, számodra szigorúan tilos a szoláriumok használata! Nem használhatják a szoláriumot azok, akik szeplősödésre hajlamosak, több, mint 20 májfolt vagy anyajegy található testükön, valamint azok, akiknek atípusos anyajegyük van (Ez aszimmetrikus anyajegy, ami 5 mm-nél nagyobb, változó pigmentációval és szabálytalan körvonallal. Ha kétséged van erről, kérj orvosi tanácsot!) Bizonyos gyógyszerek fokozzák a fényérzékenységet, ezért gondosan tanulmányozd a gyógyszerekhez mellékelt betegtájékoztatót és kérd ki előzetesen orvosod tanácsát! A legközelebbi szolárium használatával legalább 48 órát várj! Szoláriumozás után pótolj a bőröd nedvességtartalmát, mert a szolárium kiszáríthatja a bőrt! Jó pihenést, kellemes kikapcsolódást és biztonságos bámulást kívánunk!”²³⁰ A VJ/4-29/2019. számú nyilatkozatban szereplő vállalás szerint a FOX CONSULTING 2020. június 30-ig tenné közzé a fenti tartalmat.²³¹

237. Az eljárás alá vont vállalta továbbá azt, hogy franchise szerződéseibe beépíti, hogy a „Használd okosan a szoláriumot!” felvilágosítást a franchise partnerek üzleteikben az eligazító pult mellett, jól látható helyen legyenek kötelesek kihelyezni és a franchise partnerek Facebook oldalán is a fenti pontban írt kommunikáció feltöltését kötelezővé teszi 2019. december 31. napjáig.²³²
238. Az eljárás alá vont előadta, hogy a vállalás végrehajtását a következőképpen fogja igazolni a GVH felé: a kötelezettségvállalási nyilatkozatát követő 30 napon belül közjegyzői tanúsítvánnyal igazolja, hogy honlapján a vállalt kommunikáció megjelent, ezt követően pedig havonta honlapmentéseket végez és a GVH felé 1 éven keresztül 3 havonta beszámolót küld, amellyel megküldi a havi honlap-mentéseit. Vállalta továbbá, hogy fotókkal fogja igazolni, hogy a tájékoztató táblák a saját üzleteiben elhelyezésre kerültek, valamint a franchise szerződések kiegészítését a franchise szerződés bemutatásával igazolja.²³³ A rádióban történő megjelenések számát és tartalmát a kötelezettségvállalási nyilatkozat elfogadását követő 30 napon belül a rádióadó által kiállított okirattal igazolja. Vállalta, hogy beszámolóihoz ugyancsak csatolja a vállalások elvégzését igazoló számlákat is.²³⁴
239. A FOX CONSULTING előadta, hogy a kötelezettségvállalási szándéknyilatkozat pontjaiban vállalt kötelezettségek teljesítése számára bruttó 5 000 000 Ft összegű költséget jelent. Előadta, hogy a FOX CONSULTING részéről az adott vállalás végrehajtása kivitelezhető, ezzel a költségkerettel, és a szükséges erőforrásokkal rendelkezik.²³⁵
240. Az eljárás alá vont jelen kötelezettségvállalási szándékára vonatkozóan nyilatkozta, hogy amennyiben a GVH az ügyet alkalmasnak találja kötelezettségvállalással történő lezárásra, akkor ennek megfelelően jelen szándékával azonos módon végleges kötelezettségvállalási nyilatkozatot nyújt be.²³⁶ Álláspontja szerint a fenti vállalásai azt eredményezik, hogy a

²³⁰ VJ/4-8/2019. 5. pont

²³¹ VJ/4-29/2019. 6. pont

²³² VJ/4-29/2019. 6. pont, VJ/4-29/2019. 7. pont

²³³ VJ/4-8/2019. 6. pont, VJ/4-29/2019. 7. pont

²³⁴ VJ/4-29/2019. 9. pont

²³⁵ VJ/4-29/2019. 8. pont

²³⁶ VJ/4-8/2019., VJ/4-29/2019. 9. pont

teljesítését követően – előre tekintő jelleggel – nem lehet jogsértést megvalósító magatartást valószínűsíteni.²³⁷

241. A FOX CONSULTING kérte, hogy amennyiben a GVH azon az állásponton van, hogy a fenti kötelezettségvállalási szándéknyilatkozatban vállaltak nem elegendők ahhoz, hogy magatartását az alkalmazandó jogszabályi rendelkezésekkel összhangba hozza és/vagy a közérdek hatékony védelme e módon nem biztosító, az eljáró Versenytanács jelölje meg, hogy pontosan miben kell még pontosítani a kötelezettségvállalását a Közlemény II.6. pontjában foglaltak teljesülése érdekében.²³⁸

VII. Jogi háttér

VII.1. Az Fttv. releváns rendelkezései

242. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése értelmében ez a törvény állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen jogszabályhely (2) bekezdése szerint e törvény arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely Magyarország területén valósul meg, továbbá arra is, amely Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint.
243. Az Fttv. 2. §-ának
- a) pontja szerint fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy,
 - c) pontja rögzíti, hogy a törvény alkalmazásában áru minden birtokba vehető forgalomképes ingó dolog - ideértve a pénzt, az értékpapírt és a pénzügyi eszközt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket - (a továbbiakban együtt: termék), az ingatlan, a szolgáltatás, továbbá a vagyoni értékű jog,
 - d) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenysége vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja,
 - e) pontja alapján kereskedelmi kommunikáció a vállalkozás önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével közvetlenül összefüggésben történő információközlés, függetlenül annak megjelenési módjától, eszközétől,
 - h) pontja alapján az ügyleti döntés a fogyasztó arra vonatkozó döntése, hogy kössön-e, illetve hogyan és milyen feltételek mellett kössön szerződést, továbbá hogy gyakorolja-e valamely jogát az áruval kapcsolatban.
244. 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 készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg (a továbbiakban: a fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas. A (3) bekezdés kimondja, hogy a (2)

²³⁷ VJ/4-29/2019. 9. pont

²³⁸ VJ/4-29/2019. 9. pont

bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).

245. Az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdése értelmében 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 üzleti 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,

bb) mennyisége,

bc) származási helye, eredete,

bd) előállításának vagy szolgáltatásának módja és időpontja,

be) beszerezhetősége, szállítása,

bf) alkalmazása, a használatához, fenntartásához szükséges ismeretek,

bg) az adott célra való alkalmassága, a használatától várható eredmények, előnyei,

bh) veszélyessége, kockázatai,

bi) környezeti hatásai,

bj) az egészségre gyakorolt hatása, vagy

bk) tesztelése, ellenőrzöttsége vagy annak eredménye.

246. 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. U

247. Az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése rögzíti, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll.

248. A Fttv. 14. §-a kimondja, hogy a vállalkozás - az eljáró hatóság felhívására - a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát igazolni köteles. Ha a vállalkozás nem tesz eleget ennek a kötelezettségnek, úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak. Erre a vállalkozást a hatóság felhívásában figyelmeztetni kell.

VII.2. A Tpv. releváns rendelkezései

249. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a GVH eljárása tekintetében a Tpv. rendelkezéseit kell alkalmazni.

250. A Tpv. 46. § (1) bekezdése alapján a versenyfelügyeleti eljárásra a Tpv.-ben foglalt rendelkezéseket kell alkalmazni. Az Ákr. rendelkezéseit akkor kell alkalmazni, ha azt a Tpv. kifejezetten előírja.

251. A Tpv. 76. §-a (1) bekezdése alapján az eljáró versenytanács határozatában

f) megállapítja a jogsértés tényét,,

h) megtiltja a jogsértő magatartás további folytatását,,

k) pontja értelmében bírságot szabhat ki,

o) pontja alapján megállapítja, hogy a magatartás nem jogsértő.

252. Az eljáró versenytanács a Tpv. 78. §-a (1) bekezdésének a) pontja értelmében bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a GVH hatáskörébe tartozó jogsértő magatartást valósít meg. Az (1b) bekezdés értelmében a bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve azon - a határozatban azonosított - vállalkozáscsoport a határozat meghozatalát megelőző üzleti

évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja. A vállalkozások társulásával szemben kiszabott bírság összege legfeljebb a tagvállalkozások előző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet.

253. A Tptv. 78. §-ának (2) bekezdése értelmében a bírság legmagasabb összegének meghatározásakor a nettó árbevételt a határozat meghozatalát megelőző üzleti évre vonatkozó éves beszámoló vagy egyszerűsített éves beszámoló alapján kell meghatározni. A Tptv. 78. §-ának (3) bekezdése szerint a bírság összegét az eset összes körülményeire - így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a jogsértő magatartás ismételt tanúsítására, gyakoriságára - tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a végső üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

VIII. Jogi értékelés

VIII.1 Hatáskör és illetékesség

254. Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a GVH jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.
255. Az Fttv. 11. §-a (2) bekezdésének a) pontja alapján a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha a kereskedelmi gyakorlat országos médiaszolgáltatást végző médiaszolgáltatón keresztül valósul meg,
256. Az eljáró versenytanács megállapította, hogy a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, mivel a kereskedelmi gyakorlat az országos médiaszolgáltatást végző Class Fm és Rádió 1 is közzétette, de ezenkívül az is megállapítható, hogy az egyéb kereskedelmi gyakorlata országos terjesztésű lapban (Nők Lapja) és legalább három megyében terjesztett napilap útján is megvalósult, így az Fttv. 11. § (2) bekezdés a) pontja alapján a magatartás elbírálása a GVH hatáskörébe tartozik.
257. A GVH illetékessége a Tptv. 45. §-a alapján az ország egész területére kiterjed.

VIII.2 Az érintett fogyasztói kör és az ügyleti döntés

258. Jelen versenyfelügyeleti eljárásban érintett fogyasztók azok a természetes személyek, akik kedvelik, ha évszaktól és időjárástól függetlenül napbarnított színű a bőrük. Ezen fogyasztóknak a szolárium nyújtotta barnaságon túl fontos a bőrük állapota, egészsége is, aminek vonatkozásában kifejezett állításokat tett az eljárás alá vont.²³⁹
259. Az érintett fogyasztók magatartásának értékelése kapcsán megállapítható, hogy az eljárás alá vont által tanúsított kereskedelmi gyakorlat nem olyan fogyasztói kör vonatkozásában valósult meg, amelynek tagjai az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszekenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatottak lennének, így az érintett fogyasztók tekintetében az értékelést az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése alapján végzi az eljáró versenytanács.
260. A kereskedelmi gyakorlat akkor megtevesztő, ha az nem pusztán valótlan (igazolatlan tartalmú), hanem egyben alkalmas a fogyasztó ügyleti döntésének befolyásolására.

²³⁹ Lásd az eljárás alá vont Facebook oldalán tett állításokat a jelen határozat VIII.3.4. pontjában, valamint a mellékletében, pl.:

[Facebook poszt szövege]:

„Miért BIO a BIOSZOLÁRIUM?

Mert egészségtudatos: nem éget, nem szárítja a bőrt, nem ráncosít és teljesen biztonságos a használata. Természetes, karibi bőrszínt ad, tartós és egyenletes barnulást biztosít.”

261. Kiemelendő (összhangban az Fttv. indokolásával), hogy az ügyleti döntés fogalma szélesebb terjedelmű a fogyasztó gazdasági döntéseinek polgári jog szerinti fogalmánál, a szerződési akarat kifejezésénél. Ügyleti döntésnek minősül a fogyasztó azon döntése, amikor azonosítja a szükségletét és valamely vállalkozást vagy valamely szolgáltatást, terméket, márkát választja szükséglete kielégítésére.
262. Az eljáró versenytanács utal ebben a körben az Európai Bíróság egy előzetes döntéshozatal iránti kérelem kapcsán 2013. december 19-én hozott ítéletére²⁴⁰, melynek megállapítása szerint az ügyleti döntés fogalma alá tartozik nem csupán az arra vonatkozó döntés, hogy a fogyasztó megvásároljon-e vagy sem egy terméket, hanem *„az ilyen döntéssel közvetlen kapcsolatot mutató döntésre is, például arra vonatkozólag, hogy a fogyasztó belépjen-e az üzletbe.”*
263. A jogi értékelés szempontjából relevanciával bíró fogyasztói döntés meghozatala egy folyamat, amelynek nemcsak az egészét, hanem egyes szakaszait is védi a jog a maga eszközeivel. Ez a folyamat a fogyasztók figyelmének felkeltését is magában foglalja, s a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen magatartások, kereskedelmi gyakorlatok tilalma már e szakasszal kapcsolatban is érvényesülést kíván, így ez sem történhet tisztességtelen módon. Nemcsak az olyan magatartás lehet jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra - ideértve a figyelem felkeltését is. Kifogásolható már önmagában az a körülmény, hogy a tisztességtelen magatartás, kereskedelmi gyakorlat hatására a fogyasztó felveszi a kapcsolatot a vállalkozással, keresi annak termékét.
264. Az eljáró versenytanács szerint a FOX CONSULTING fentebb ismertetett, a fogyasztói körre vonatkozó nyilatkozatai nem cáfolják a vizsgált kereskedelmi gyakorlat lehetséges értelmezését, hanem rávilágítanak a szoláriumozó fogyasztók jellemző viselkedésére és az abból fakadó megtéveszthetőségükre. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint az eljárás alá vont nyilatkozataira, valamint a jelen határozat V.3.2. pontjában szereplő SCHEER Véleményre tekintettel a szoláriumozó fogyasztók ügyleti döntéseinek alábbi sajátosságai állapíthatók meg a vizsgált kereskedelmi gyakorlat kapcsán.
265. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a szoláriumozással megszerezhető hasznokat és a szoláriumozással elszenvedhető költségeket, illetve kockázatokat a fogyasztók az ügyleti döntéshozatali folyamat során egymástól eltérően érzékelik és értékelik, azért mert *lényegesen különböző időpontokban* felmerülő hasznok és költségek közötti *kompromisszumos* döntést hoznak meg.
266. Az eljáró versenytanács szerint a szoláriumszolgáltatások igénybevételével kapcsolatos ügyleti döntések egyféle *kockázatvállalással* kapcsolatos döntéseként értelmezhetők, mivel azok meghozatala során figyelemmel kell lenni a közgazdasági értelemben vett megszerezhető hasznok (pl. barna bőrszín) és elszenvedhető költségek (egészségügyi problémák kockázata) egyensúlyára. Az eljáró versenytanács hangsúlyozza, hogy a szoláriumozás potenciális bőr-, illetve egészségkárosító jellege a legfrissebb Európai Unió szintű háttéranyagban is elismert.
267. Az eljáró versenytanács szerint jelen esetben az átlagfogyasztó leginkább egy rövidtávon megszerezni kívánt haszon, a barnább bőrszín miatt szoláriumozik, így a fogyasztók ügyleti döntése mögött meghúzódhatnak külsejükhöz, megjelenésükhöz kapcsolódó motivációk, valamint a barna bőrszín elérésével kapcsolatos érzelmi motivációk (barna bőrszín miatti elégedettség, önbizalom).
268. Egy budapesti szoláriumhasználók szokásait feltérképező kutatás²⁴¹ megállapításai szerint a szoláriumozók túlnyomó többsége (86%) rendszeres használó, fő motivációjuk, hogy a

²⁴⁰ Az Európai Bíróság ítélete a C-281/12. számú ügyben.

²⁴¹ Bakos József, Szabó Judit, Thuróczy György (OKK OSSKI): Budapesti szolárium használók ismereteinek és szokásainak kérdőíves felmérése; <https://docplayer.hu/10054288-Budapesti-szolarium-hasznalok-ismereteinek-es-szokasainak-kerdoives-felmerese-bakos-jozsef-szabo-judit-thuroczy-gyorgy-okk-osski.html>

szoláriumozás jó közérzetet okoz számukra, illetve több, a barna bőrszínnel kapcsolatos pozitív tulajdonságot említettek (szeretik, ha egész évben barna a bőrük, ez növeli önbecsülésüket, ezáltal elérhetik a vágyott szépségideált). A szoláriumozással kapcsolatos ismeretek fő forrásaként (60% fölötti értékkel) a médiát jelölték meg, a szolárium szalonok és az egyéb lehetőségek szerepe a tájékozódásban külön-külön 20-30% körüli súlyt képviselt. Az orvos és az iskola szerepe 10-20% között alakult. Bár a szoláriumozók közül 85% hallott a káros hatásokról, 85% tudja, hogy a bőrt öregíti, és 50% annak is tudatában van, hogy a szoláriumozás a bőr rák kockázatának növekedésével jár, ennek ellenére csak 4 - 8% tartja az egészségre károsnak a szoláriumozást.

269. Az eljáró versenytanács szerint a kutatás eredményei éppen arra utalnak, hogy a fogyasztók, bár tudatában vannak a kockázatoknak, annak jelentőségét alábecsülik. Ennek oka lehet, hogy a szoláriumozás ugyan egy tapasztalati termék, mivel a barnulás néhány alkalmas használat után tapasztalható lehet, de az egészségre gyakorolt hosszú távú hatások a szolgáltatás igénybevételét követően sem állapíthatók meg a fogyasztók részéről, így e tekintetben a szolgáltatásnak már inkább a bizalmi jellege dominál. Emellett a szoláriumozással megszerezhető hasznokat (barnulás) és a szoláriumozással elszenvedhető költségeket (úgy mint hosszú távú kockázatok) a fogyasztók az ügyleti döntéshozatali folyamat során egymástól eltérően érzékelik és értékelik, azért mert egy lényegesen különböző időpontokban felmerülő hasznok és költségek közötti kompromisszumos döntést hoznak meg. A közgazdaságtani irodalom egyes, fogyasztói preferenciák időbeli változását tárgyaló megállapításai alapján tekinthető úgy, hogy a szoláriumozásban érdekelt átlagos fogyasztó preferenciája közgazdasági értelemben véve a jelen felé torzul. Azaz fontosabbnak tartja a rövidebb távon is érzékelhető barna bőrszín, és az ezzel együtt járó elégedettség-érzés vagy más haszon megszerzését, mint az ezzel potenciálisan együtt járó, jövőbeli egészség-, vagy bőrkárosodást (költséget), így ez utóbbi számára kisebb súllyal bír az ügyleti döntésben. Megjegyzendő, hogy pszichológiai kutatások azt is vizsgálat tárgyává tették, hogy a szoláriumozással kapcsolatban kialakulhat-e kóros, túlzott szoláriumhasználat, illetve függőség.
270. Az eljáró versenytanács szerint a FOX CONSULTING nyilatkozatai és a közgazdaságtani irodalom egyes megállapításai alapján tekinthető úgy, hogy a szoláriumozásban érdekelt átlagos fogyasztó preferenciája közgazdasági értelemben véve *a jelen felé torzul*, azaz fontosabbnak tartja a rövidebb távon is érzékelhető barna bőrszín, és az ezzel együtt járó elégedettség-érzés (haszon) megszerzését, mint az ezzel potenciálisan együtt járó, jövőbeli bőrkárosodást (költséget), így ez utóbbi számára kisebb súllyal bír az ügyleti döntésben. Az eljáró versenytanács szerint a szoláriumozás kapcsán emiatt különös szerep tulajdonítható az (egymást követő) ügyleti döntések időbeli vetületének is. Ezért az eljáró versenytanács szerint a szoláriumozással kapcsolatos ügyleti döntés közgazdasági értelemben ún. intertemporális döntésnek²⁴² tekinthető.
271. Az eljáró versenytanács szerint ez különösen fontos szempont a vizsgált kereskedelmi kommunikációk értékelésében, tekintettel arra, hogy az ügyleti döntés torzítása bekövetkezhet a fogyasztói döntéshozatali folyamat *bármely* szakaszában. Így egyaránt érintett az a fogyasztó, aki csupán alkalmanként szoláriumozik, és a rendszeres szoláriumlátogató is.
272. Az eljáró versenytanács szerint jelen esetben a bőrszín barnulása az a releváns eredmény, amivel kapcsolatban a fogyasztó képes értékelni az igénybe vett szolgáltatást. Az eljáró versenytanács szerint a bőrszín barnulása a szoláriumok esetében azonban tapasztalati, és nem bizalmi jellemző. Az eljáró versenytanács szerint a szoláriumhasználat alapvetően

²⁴² Olyan választást, amelyet egy „rövidtávon csábító / hosszútávon hátrányos” és egy „rövidtávon hátrányos/hosszútávon jóval csábítóbb” alternatíva között teszünk meg.
http://doktori.bibl.u-szeged.hu/850/2/tezisek_Lippai.pdf

tapasztalati jellegű szolgáltatás, melynek esetében a reklámok által ígért bizalmi jellegű hatások egyféle hozzáadott értéket képviselnek a fogyasztók számára.

273. Az eljáró versenytanács rámutat, hogy a reklámok hatására valószínűsíthetően a fogyasztóknak a hatásokkal kapcsolatban is lesz előzetes hasznossági várakozásuk, amelyek bekövetkezését – a barnulással együtt – rövidtávon várják el.
274. Az eljáró versenytanács rámutat ugyanakkor arra is, hogy a fogyasztók nem tudnak megbizonyosodni arról, valóban részesültek-e az Első és Harmadik állításcsoportba tartozó hatásokban a szolgáltatás igénybevételével, emiatt ezekkel kapcsolatban nem is tudnak visszajelzést adni a FOX CONSULTING-nak, ezen tény pedig a tisztán tapasztalati jellegű (barnulás) szolgáltatást bizalmi jelleggel is kiegészíti.
275. Ide kapcsolódóan az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a Második állításcsoportba tartozó piacelsőségi állítások, bár nem hatásra vonatkoznak, azok valóságtartalmáról az átlagos fogyasztók rendszerint szintén nem tudnak meggyőződni, illetve nem is várható el a fogyasztóktól, hogy azok valóságtartalmában kételkedjenek.²⁴³
276. A fentiekre tekintettel az eljáró versenytanács szerint a FOX CONSULTING érintett fogyasztói körre és az üzleti döntésre vonatkozó nyilatkozatai nem helytállóak.

VIII.3. A vizsgált magatartás Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontja szerinti értékelése

277. Egy kereskedelmi gyakorlat Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontja szerinti értékelése esetén azt kell vizsgálni, hogy az

- valótlan információt tartalmaz-e,
- vagy valós tény – figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére – olyan módon jelenít-e meg, hogy azzal megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót
- az áru lényeges jellemzői tekintetében,
- és ezáltal a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.

278. Az Fttv. fenti rendelkezése alapján az eljáró versenytanács az alábbiakban a következőket fogja értékelni.

279. Az eljárás alá vont vállalkozás a KiwiSun franchise hálózat szolárium szolgáltatását népszerűsítő kommunikációs eszközein 2016. január 1-től megalapozottan tüntette-e fel az alábbi, példálózó jelleggel hivatkozott állításokat:

- „zöld bio”, „bio”, „természet erejével”;
- „speciális fény”, „világon egyedülálló technológia”, „egész Európában piacvezető újdonság”;
- „UV mentes”, „fokozza az endorfin termelődését”, „segíti a kalcium beépülését”, „jobban mozognak az ízületek”, „immunrendszer erősítő”.

²⁴³ Lásd ide kapcsolódóan Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.171/2012/4. sz. ítéletének, és a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.298/2012/7. sz. ítéletének megállapításait:

„[...] az utca emberét, az átlagos vásárlót kell alapul venni, azaz nem a szélsőséges személyeket, így nem a rendkívüli képességekkel rendelkező, kiemelkedő tudású embereket, de nem is a beszámítási képességgel kevésbé vagy egyáltalán nem rendelkező gyengeelméjűeket.”

„[...] az ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körületekintéssel eljáró fogyasztó [...] – a bevett túlzások kivételével – nem kételkedik a tájékoztatások szavahihetőségében, azokat nem fogadja fenntartással, hanem jóhiszeműen bízik valóságtartalmukban. Az ésszerűen eljáró fogyasztó nem gyanakszik, bízik az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében, abban, hogy számára a számára adott tájékoztatás igaz, pontos.” (Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.171/2012/4. sz. ítélete)

„[...] az átlagfogyasztó az átlagos, ésszerűen jól informált, körületekintő és figyelmes fogyasztó. Ő az utca embere, a nagy többséghez hasonló mindennapi ember. Az ilyen átlagos fogyasztó az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körületekintéssel jár el. [...] Az átlagos fogyasztó a saját tapasztalatait figyelembe veszi a reklámállítások értelmezésekor, ez azonban nem jelenti azt, hogy a reklámozó bármit állíthat, hiszen a fogyasztó a saját tapasztalata alapján úgyis tudja, hogy az nem igaz.” (Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.298/2012/7. sz. ítélete)

280. Az eljáró versenytanács a fentiek alapján vizsgálja azt, hogy az eljárás alá vont ezen állítások vonatkozásában eleget tett-e az Fttv. 14. §-a szerinti, az állítások valóságára vonatkozó bizonyítási kötelezettségének, valamint értékeli továbbá azt, hogy a fenti és az azokhoz hasonló tartalmú állítások önmagukban, illetve különböző kombinációi együttesen, összhatásukban alkalmasak-e arra, hogy a fogyasztókat megtévezzék.
281. Azaz az eljáró versenytanács értékeli, hogy a fenti kereskedelmi gyakorlat valótlan információt tartalmaz-e, illetve valós tény – figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére – olyan módon jelenít-e meg, hogy az alkalmas-e arra, hogy megtévezzze a fogyasztót a KiwiSun szoláriumszolgáltatás lényeges jellemzői tekintetében, és ezáltal a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készítse, amelyet egyébként nem hozott volna meg.

VIII.3.1. Első állításcsoport

282. Az eljáró versenytanács szerint az eljárás alá vont nem megalapozottan, a fogyasztók megtéveztésére alkalmas módon használja a „zöld bio”, „bio”, „a természet erejével” és hasonló állításokat, az alábbiak miatt.
283. Az eljárás alá vont a fentiek bizonyítására csatolta az „arculati kézikönyvét”, ezt az eljáró versenytanács, ellentétben az eljárás alá vont észrevételeiben szereplőkkel már korábban is, az előzetes álláspontjában is több helyen értékelte²⁴⁴.
284. Az eljáró versenytanács megállapította, hogy az arculati kézikönyv arra tartalmaz a franchise partnerek számára előírásokat, hogy hogyan kell kialakítani a „KiwiSun Szolárium Stúdiókat”. Konkrétan azt, hogy az arculati kézikönyv alapján a franchise partnereknek a szolárium stúdióikban zöldszerű neon, illetve zöld fénycsöves dekor világítást²⁴⁵, lehetőleg zöld szőnyeget²⁴⁶ kell elhelyezniük, „KiwiSun” zöld színű festést²⁴⁷ és zöld színű permetezőt²⁴⁸ kell használniuk. Ezen előírásokat, ellentétben az eljárás alá vont előadásával, soha nem vonta kétségbe az eljáró versenytanács, azonban az eljárás alá vonti előadással²⁴⁹ szemben az arculati kézikönyv nem tartalmaz a természet hangjairól szóló előírást, sőt kifejezetten a karibi zenét preferáló elvárás került rögzítésre²⁵⁰, ezenkívül „öserdő frissítő permetről” sincs benne szó.
285. Azonban ezeknek azért nincsen jelentősége, mert az eljáró versenytanács álláspontja szerint ezen „zöld hangulat” megteremtése nem elegendő ahhoz, hogy ez alapján bioként reklámozza magát az eljárás alá vont, mivel „az *élettel kapcsolatos, hozzá tartozó, azt tárgyaló (tudomány, tan)*”²⁵¹ jelentéstartalomhoz nagyon távolról (csak a természetre asszociálható zöld színnel) és csak mesterségesen (technológiai és belső építészeti elemekről van szó) kapcsolható, ami nem elegendő a bio állítás igazolásához, pláne úgy nem, hogy a reklámjaiban ezen szavakat kifejezetten egészségre ható állításokkal használta.

²⁴⁴ Lásd például az előzetes álláspont 189. vagy 197. pontját.

²⁴⁵ Lásd arculati kézikönyv 14. oldal 9. pont és 38. oldal 28. pont

²⁴⁶ 16. oldal 11. pont

²⁴⁷ 17. oldal 12. pont és 38. oldal 28. pont

²⁴⁸ 32. oldal 22. pont

²⁴⁹ VJ/4-51/2019.

²⁵⁰ 39. oldal 29. pont

29. pont (...) „A KiwiSun Hálózat kívánalma az, hogy semmiképpen sem közvetíthető a nyugalmat megzavaró erőszakos zene, heavy metál vagy techno, rave, acid stb. Kérjük, legyenek tekintettel arra, hogy a KiwiSun egy különleges ellazulást, kikapcsolódást is szeretne nyújtani vendégeinek, ezért a kellemes, egzotikus és dallamos, lehetőleg karibi hangulatot közvetítő lemezeket részesítsék előnyben a zeneszolgáltatás során. A KiwiSun Hálózat stúdióiban tilos a kereskedelmi vagy egyéb rádiócsatornák nyilvános közvetítése.”

²⁵¹ Magyar Értelmező Kéziszótár 136. oldal

286. Az eljáró versenytanács előjáróban utal az Elvi jelentőségű döntések²⁵² I.4.9. pontjára, mely szerint
- „Valamely kereskedelmi kommunikáció fogyasztóknak szóló üzenete során figyelembe veendő az is, hogy az adott kereskedelmi kommunikációban foglaltak alapján a fogyasztó gondolati képzettársítás (asszociáció) útján milyen további tartalmat kapcsolhat a kereskedelmi kommunikáció egyes állításaihoz.” Az eljáró versenytanács továbbá utal az Elvi jelentőségű döntések azon megállapítására, miszerint „egy reklám nem alapozhat arra, hogy a tartalma szabadon meghatározható, bármit állíthat, mondván, hogy az ésszerűen eljáró fogyasztónak úgyis ellenőriznie kell, hogy a reklám állítása megfelel-e a valóságnak.”²⁵³
287. A bio- szó jelentése a köznapi használatban, jelentősen megváltozott, kiterjedtebbé vált, az eredeti bio- „Az étellel kapcsolatos, hozzá tartozó, azt tárgyaló (tudomány, tan), élet” jelentéstartalomhoz képest. Fogyasztói aspektusból a jelentéstartalom bővülésre elsőként mezőgazdasági termékek körében került sor, később jogszabályi szinten²⁵⁴ is deklarálva, ezen jelentéstartalom bővülés keretében a görög eredetű „bio”, „öko” és az „organikus” szavak arra a mezőgazdasági rendszerre utalnak, amely kizárólag természetes technológiákat használ ahhoz, hogy egészséges és tápanyagokban gazdag készítményeket állítson elő.
288. Ezen jelentéstartalom bővülés gyűrűzött át más termékekre és szolgáltatásokra is, megtartva a kizárólag természetes technológiák felhasználására vonatkozó tartalmat, amelynek következtében igazolható az adott termék vagy szolgáltatás egészségügyi szempontból kiemelt, egészségesebb volta.
289. A fentiek alapján az eljárás alá vont nyilatkozatai azonban nem támasztják alá a szolgáltatás „zöld bio”, „bio” vagy „természetes” jellegét. Az eljáró versenytanács szerint nem életszerű, hogy a szoláriumozni kívánó fogyasztó a „zöld bio”, „bio” és **„a természet erejével”** állítások kapcsán a KiwiSun franchise hálózatba tartozó szalonok természetközeli hangulatot idéző, flórára és faunára emlékeztető fizikai környezetének arculati kialakítására vagy a vállalkozás által bemutatott szolgáltatások („természet hangjai”, „őserdő frissítő permet”) valamelyikére asszociálna, vagy, hogy egyáltalán lenne ilyen tárgyú előzetes várakozása.
290. Az eljáró versenytanács szerint az ésszerűen tájékozottan eljáró fogyasztó az Első állításcsoportba tartozó állításokat *nem a szalonok arculatához vagy dizájnjához hanem a szolgáltatáshoz, a szolárium fényéhez* társítja. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a fogyasztók tudatában vannak, hogy a szoláriumozás valamilyen hatással van bőrükre, bőrük egészségére, és emiatt társítják a szolgáltatáshoz (és a Harmadik állításcsoport üzeneteihez), és nem a szalon arculatához az Első állításcsoport üzeneteit.
291. Az eljáró versenytanács rámutat, hogy a „természet hangjai” és az „őserdő frissítő permet” szolgáltatások nem hangsúlyosan és nem egyértelműen jelennek meg a kereskedelmi kommunikációkban, ebből eredően az eljáró versenytanács szerint a fogyasztó nem ezen szolgáltatásokhoz társítja az Első állításcsoport üzeneteit.
292. Márcsak azért sem, mert az arculati kézikönyvvel ellentétben, a kereskedelmi gyakorlata a bio szót pontosan az egészre ható pozitív üzenethez kötötte, akként, hogy ahhoz kifejezett egészségre ható állításokat társított, pl.²⁵⁵:
- „Miért BIO a BIOSZOLÁRIUM?”**

²⁵² A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsának az Fttv-vel, Grt-vel és a Tpvtt III. fejezetével, a Gyftv.-vel és az Éltv-vel kapcsolatos elvi jelentőségű döntései (a továbbiakban: Elvi jelentőségű döntések), I.4.9. (Vj/83/2013.)

²⁵³ Elvi jelentőségű döntések, I.4.3. (Vj/6/2004.)

²⁵⁴ Az ökológiai gazdálkodás és az ökotermékek előállításának és forgalmazásának előírásait Magyarországon az EU 2092/91 rendelete, illetve az azzal harmonizáló, "a mezőgazdasági termékek és élelmiszerek ökológiai követelmények szerinti előállításáról, forgalmazásáról és jelöléséről" szóló 140/1999. (IX. 3.) Korm. rendelet, valamint az annak végrehajtási szabályait rögzítő 74/2004. (V. 1.) FVM rendelet tartalmazza.

²⁵⁵ Facebook poszt szövege

Mert egészségtudatos: nem éget, nem szárítja a bőrt, nem ráncosít és teljesen biztonságos a használata. Természetes, karibi bőrszint ad, tartós és egyenletes barnulást biztosít. Fokozza a D-vitamin termelődést, így hozzájárul az immunrendszer erősödéséhez.”

293. E körben az eljáró versenytanács kiemeli, hogy bár az eljárás alá vont nyilatkozata értelmében²⁵⁶ a zöld fényű Skin Angel Bio Green szoláriumcsöveket is a természetközelséget imitáló arculat kialakítása végett szerezte be, ez viszont nem derül ki a kereskedelmi kommunikációkból, ahogy a „zöld bio”, „bio” és a „természet erejével” típusú állítások kapcsán sem az arculati könyvben szereplő értelmezésben használja ezeket a szavakat, hanem kifejezetten az egészségre ható állításként. Az eljáró versenytanács véleménye szerint, ha a „zöld bio”, „bio” és a „természet erejével” típusú állítások kapcsán az eljárás alá vont, ezen szavak alatt az arculati könyvben szereplő üzeneteket értette, ezt akarta a fogyasztókhoz üzenetként eljuttatni akkor azt kellett volna kommunikálni, hogy ezen szavak alatt ezt érti és nem pedig az általa kommunikált egészségre ható pozitív hatásüzenetet.
294. Az eljáró versenytanács szerint egyébiránt még ha igazolva is lenne²⁵⁷ a Skin Angel Bio Green szoláriumcsövek alacsonyabb teljesítményű UV sugárzás kibocsátása is az sem támasztaná alá az Első állításcsoport üzeneteit. A FOX CONSULTING nem nyújtott be olyan adatokat, ami ezt igazolná, illetve az eljáró versenytanács szerint logikailag nem következik az alacsonyabb teljesítményből a „bio” vagy „természetes” jelleg. Továbbá, az eljáró versenytanács álláspontja szerint a „bio” és „zöld bio” állításokból a fogyasztó nem – az eljárás alá vont szerint is bevallottan²⁵⁸ – a szolgáltatásrendszer lényegét képező mérsékelt (kíméletes) teljesítményre asszociál, hanem valamilyen hozzáadott értéket feltételez.
295. Az eljáró versenytanács ennek kapcsán felhívja a figyelmet az eljárás alá vont nyilatkozatára, miszerint a fogyasztó arra törekszik, hogy egységnyi pénzért minél erőteljesebb kozmetikai hatást, azaz barnulást kapjon, a barnulás *lehetőleg azonnal és gyorsan* érzékelhetővé váljon.²⁵⁹ Az eljáró versenytanács álláspontja szerint ezen releváns fogyasztók számára a kíméletes, mérsékelt vagyis lassabb barnulás üzenete feltehetően kevésbé vonzó, ellenben számukra megkapó az Első és Harmadik állításcsoport üzeneteivel reklámozott szolgáltatás.
296. Az eljáró versenytanács szerint a FOX CONSULTING azon álláspontja nem helytálló, mely szerint a hangsúly nem önmagában a „bio” megnevezésen, hanem a ZÖLD, illetve a zöld színű KIWI szolárium megnevezésen, az azokkal való együttes használatban, megjelenésen van,²⁶⁰ a következők miatt. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a ZÖLD és a KIWI hívószavak sem együtt, sem külön nem közvetítenek olyan üzenetet a szoláriummal kapcsolatban, ami erőteljesen befolyásolná a fogyasztók döntését. Az eljáró versenytanács szerint az ésszerűen tájékozottan eljáró fogyasztó számára kevésbé figyelemfelkeltő (vagy értelmezhető) a „Kiwi szolárium” vagy a „Zöld Kiwi Szolárium” szemben a „zöld bioszoláriummal” vagy „bioszoláriummal”. Ez utóbbiak egyféle hatásra vonatkozó üzenetet közvetítenek az előbbiekkal ellentétben. Továbbá az eljáró versenytanács kiemeli, hogy amennyiben a „bio” állítás nem bírna jelentőséggel, akkor a FOX CONSULTING nem kért volna védjegyjoltalmat a „bioszolárium” és a „zöld bioszolárium” megjelölésekre. Az eljáró versenytanács rámutat továbbá, hogy a franchise koncepciója sem a „kiwi szolárium” vagy „zöld kiwi szolárium”, hanem a „zöld bioszolárium” köré épül.

²⁵⁶ VJ/4-5/2019. 4. pont

²⁵⁷ A gyártó honlapján jelenleg is a 0,3W/m² jogszabályi előírásnak megfelelő mérték szerepel, amit minden gyártónak be kell tartania. <http://skinangel.hu/arlista/> (VJ/4-58/2019.)

²⁵⁸ VJ/4-5/2019. 10. pont

²⁵⁹ VJ/4-5/2019. 1. pont

²⁶⁰ VJ/4-5/2019. 4. pont

297. Az eljáró versenytanács szerint a kereskedelmi kommunikációkból nem derül ki a fogyasztó számára, hogy a „bioszolárium” egy fantázianév. Valamint az eljáró versenytanács szerint a fantázianév jelleg egyáltalán nem alapozza meg az állítást. Az eljáró versenytanács szerint a jelen határozat mellékletében található kereskedelmi kommunikációk tartalma utalás szintjén sem említi vagy sugallja azt, hogy a „bioszolárium” fantázianév lenne, ezért a fogyasztó erre egyáltalán nem következtethet, fel sem merülhet benne ez a lehetőség.
298. Az eljáró versenytanács rámutat, hogy ezzel ellenkezően a kereskedelmi kommunikációkban a FOX CONSULTING kifejezetten a „bioszolárium”-ot „Az egészségtudatosak szolárium”-ként aposztrofálja²⁶¹, illetve számos esetben társítja a Második és/vagy Harmadik állításcsoportba tartozó üzenetekkel.²⁶² Az eljáró versenytanács szerint – figyelemmel a fogyasztói asszociációra is – emiatt nem valószínű, hogy a fogyasztóban egyáltalán felmerül az, hogy a „bioszolárium” csupán fantázianév. Az eljáró versenytanács szerint az ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelemmel és körültekintéssel eljáró fogyasztó számára a szoláriumozás kapcsán a „zöld bio”, „bio” és „természet erejével” állítások megtévesztően azt is sugallják, hogy az eljárás alá vont szoláriumai az emberi szervezetre gyakorolt hatások vonatkozásában különleges, kedvező tulajdonsággal bírnak.
299. A fentiek alapján az eljáró versenytanács álláspontja szerint az eljárás alá vont semmivel sem bizonyította, hogy mi alapján tekinthető „bio”-ként a szolgáltatása, ezen állítása mögött tényleges, a lehetséges fogyasztói értelmezésnek és valószínűsített (természetességgel, egészségügyi szempontból kedvező) elvárásoknak megfelelő tartalom nincsen. Ahogy fentebb kifejtette az eljáró versenytanács a szolgáltatás „bio” „hangulatra, flórára és faunára emlékeztető fizikai környezete, arculati kialakítása” vagy a vállalkozás által bemutatott szolgáltatási elemek („természet hangjai”, „őserdő frissítő permet”) sem támasztják alá a tényleges szolgáltatás, a szolárium „bio” voltát, erre figyelemmel az eljáró versenytanács arra a megállapításra jutott, hogy a FOX CONSULTING állítása nem tekinthető igazoltan valósnak, hiszen az általa csatolt bizonyítékok alkalmatlanok voltak állításainak igazolására.
300. Az eljáró versenytanács a „bioszolárium” márkanév jellegével kapcsolatban utal a Versenytanács azon Elvi jelentőségű döntésére, miszerint

„(...) a márka egyrészt a márkához kapcsolódó korábbi ismereteken, tapasztalatokon alapuló képzetetekkel azonosítja az adott vállalkozást, terméket, másrészt megkülönböztet más vállalkozásoktól, termékektől. A márka segíti a termék fogyasztó általi felismerését és ezáltal a fogyasztót megcélzó kommunikációt, hozzájárulva a fogyasztó felé irányuló, a fogyasztói döntések befolyásolását célzó kereskedelmi gyakorlat sikerességéhez.”²⁶³

301. Az eljáró versenytanács szerint jelen esetben a márkanévből egyrészt nem válik egyértelművé a fogyasztó számára a FOX CONSULTING által hivatkozott²⁶⁴ természetközeli élmény koncepciója, illetve ezen eljárás alá vont szerint említett ezen asszociáció. Másrészt, az eljáró versenytanács álláspontja szerint a márkanév, a brand – figyelemmel a fenn hivatkozott elvi megállapításra is – erőteljes eszköz nemcsak a fogyasztás ösztönzésére, de a fogyasztói bizalom elnyerésére és megtartására is. Jelen esetben az eljáró versenytanács szerint a KiwiSun „bioszolárium” márkanéve alkalmas arra, hogy megtévesztő asszociációkat idézzon elő a fogyasztókban.

²⁶¹ Lásd Nők Lapja, Cosmopolitan, Diéta és Fitness Magazin

²⁶² A vizsgált állítások összehatásának értékelését a jelen határozat VIII.3.4. fejezete mutatja be.

²⁶³ Elvi jelentőségű döntések, I.6.52. (Vj/108/2015.)

²⁶⁴ VJ/4-5/2019. 4. pont

302. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint nem vehetők figyelembe az eljárás alá vontnak az EU Rendelettel és VM Rendelettel kapcsolatos álláspontja és nyilatkozatai, mivel az eljárást megindító VJ/4/2019. számú végzés nem ezen jogszabályok, hanem az Fttv. megsértését valószínűsíti. Az eljáró versenytanács továbbá hangsúlyozza, hogy a jelen eljárás nem azt vizsgálja, hogy a fogyasztó ökológiai termeléssel kapcsolatba hozhatja-e a szoláriumszolgáltatást, vagy hogy összetéveszthetik-e azt mezőgazdasági termékkel, ezért a FOX CONSULTING ezen nyilatkozatai sem vehetők figyelembe.
303. Az eljárás alá vontnak a Baranya Megyei Kormányhivatal döntésére vonatkozó álláspontja kapcsán az eljáró versenytanács rámutat, hogy a kormányhivatal egyrészt nem jelen vizsgálat tárgyává tett kereskedelmi gyakorlatot vizsgálta (ennek elsődleges jelentősége abban áll, hogy egy kereskedelmi gyakorlatot mindig összhatásában kell vizsgálni, ami nyilvánvalóan nem lehet azonos minden egyes kereskedelmi gyakorlat esetében), másrészt a döntése nem bír kötelező erővel a Gazdasági Versenyhivatalra, ezért a FOX CONSULTING ezen kifogása irreleváns.

VIII.3.1.1. Az eljáró versenytanács álláspontja az SZTNH nyilatkozatára

304. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint az érintett, védjegyként is funkcionáló kereskedelmi kommunikációk (az eljárás alá vont 2017. szeptemberében a „KiwiSun Bioszolárim” szóösszetétel, a „BIOSZOLÁRIUM kiwisun” színes ábrás megjelölés, valamint a „ZÖLD BIOSZOLÁRIUM” színes ábrás megjelölés vonatkozásában rendelkezik védjegyoltalomban) értékeléséhez el kell különíteni egymástól a fogyasztó-megtévesztés védjegyjogi és a versenyjogi fogyasztóvédelmi szempontjait. Az eljáró versenytanács ezért hangsúlyozza az SZTNH azon nyilatkozatát, mely szerint a fogyasztók megtévesztésére való alkalmasság *védjegyjogi szempontból kizárólag a védjegyet alkotó megjelölésből és az árujegyzékből, illetve a kettő kapcsolatából kiindulva* vizsgálható.²⁶⁵
305. Az eljáró versenytanács rámutat, hogy a GVH az Fttv. alkalmazásakor az érintett megjelöléseket elsődlegesen és alapvetően a FOX CONSULTING kereskedelmi kommunikációjának részeként értékeli, azaz nem önállóan a védjegyeket, hanem az egész ehhez párosuló kereskedelmi gyakorlatot, annak valamennyi elemét, együttesen összhatásukat kifejtve. Az eljáró versenytanács rámutat továbbá, hogy az SZTNH nyilatkozata szerint sem ad felmentést más jogszabályi rendelkezések megtartásának a kötelezettsége alól önmagában az a körülmény, hogy egy megjelölés védjegyoltalom alatt áll.²⁶⁶
306. Az eljáró versenytanács itt kívánja felhívni a figyelmet a Kúria által évtizedekkel ezelőtt kidolgozott és azóta töretlen bírói gyakorlatra, amely szerint

*„Az alperes feladata a felperesi magatartás versenyjogi megítélése, így a címkének más hatóság által történő jóváhagyása és az ábrás védjegy alkalmazása a versenyjogi megítélésen nem változtat.”*²⁶⁷

307. Azaz az eljáró versenytanácsnak a felperesei magatartást, a vizsgált kereskedelmi gyakorlatot attól függetlenül hatáskörébe tartozik versenyjogilag megítélnie, hogy más hatóság, jelen esetben az SZTNH védjegyoltalomban részesítette, ugyanis ezen oltalom megadása nem jelenti azt, hogy elvégezte (hiszen azt hatáskör és a védjegy oltalom megadásához képestjövőben megvalósuló kereskedelmi kommunikáció ismerete hiányában nem is végezheti el) a kereskedelmi gyakorlat versenyjogi megítélését.
308. Az SZTNH beadványában előadta²⁶⁸, hogy

²⁶⁵ VJ/4-14/2019.

²⁶⁶ VJ/4-14/2019.

²⁶⁷ Legfelsőbb Bíróság Kf.II. 39.312/2001/4., Vj-3/2000.

²⁶⁸ VJ/4-14/2019. 2. oldal 2. bekezdés

„(...) A fogyasztók megtévesztése mint kizáró ok általában az olyan védjegyekkel kapcsolatban merülhet fel, amelyeknél vagy a megjelölés vagy az árujegyzék a termék valamilyen speciális származására, fajtájára vagy minőségére utal, illetve ahol a megjelöléshez valamilyen pozitív fogyasztói előítélet, várakozás kapcsolódik, amit a védjeggyel ellátott termék vagy a szolgáltatás nem igazol (a Kúria LB-H-PJ-2007- 71. számon publikált polgári ügyben hozott döntése).”

309. Ennek kapcsán az eljáró versenytanács arra kíván utalni, hogy az SZTNH fenti előadása alapján is megállapítható, hogy nem végzi el, egyébként időrendileg is kizárt, a védjeggyel folytatott kereskedelmi gyakorlat fogyasztók megsértésére vonatkozó elemzését.
310. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint továbbá figyelembe veendő az is, hogy a Vt. nem tartalmaz meghatározást a fogyasztó fogalmára. Az eljáró versenytanács szerint az Fttv. 4. §-ban meghatározott átlagfogyasztónak kell lennie a viszonyítási mércének az érintett megjelölések, mint reklámállítások megtévesztésre alkalmasságának értékelésekor.
311. Az eljáró versenytanács – figyelembe véve a FOX CONSULTING Első állításcsoporttal kapcsolatos nyilatkozatait – nem ért egyet az SZTNH azon álláspontjával, miszerint – a kereskedelmi kommunikáció integráns részét képező – „zöld” és „bio” szavak ne közvetítenének olyan információt a releváns fogyasztók felé, amely azokat megtévesztheti a szolgáltatás valamely tulajdonsága, jellemzője tekintetében, kifejezetten így van ez, ha ez a kommunikáció, mint jelen esetben is, egészségügyi hatásállítást tartalmaz, azaz kontextusában a zöld és bio szavakkal együtt ráerősít arra, hogy egy egészséges szolgáltatásról van szó. Így az eljáró versenytanács az SZTNH nyilatkozata ellenére sem tartja életszerűnek azt, hogy a releváns fogyasztók a „zöld” és a „bio” szavakat fantáziaszavakként értelmezik egy szoláriumszolgáltatás vonatkozásában.
312. Az eljáró versenytanács kiemeli továbbá, hogy a versenyjogi fogyasztóvédelmi értékelés során nem szempont a védjegyet alkotó megjelölés és az árujegyzék kapcsolata. Az eljáró versenytanács hangsúlyozza, hogy a GVH vizsgálata a reklám (a márka) részét képező megjelölés és a fogyasztó üzleti döntése közötti kapcsolatra irányul és nem arra, hogy a fogyasztó a szoláriumot összetévesztheti-e más termékkel vagy szolgáltatással.
313. A fentiekre tekintettel az eljáró versenytanács álláspontja szerint az érintett megjelölések kiragadott szóelemként és az összhatásában vizsgált kereskedelmi kommunikáció részét képező üzenetként is egyaránt megtévesztésre alkalmasak, a védjegytartalmaik ellenére is és ezért az eljárás alá vont tárgybeli nyilatkozata²⁶⁹ nem vehető figyelembe.
314. Az eljáró versenytanács itt jegyzi, meg, hogy ez nem azt jelenti, hogy a FOX CONSULTING-et eltiltaná a védjegyhasználatától, hanem azt, hogy a védjegyeit nem használhatja fel arra, hogy igazolatlan egészségre vonatkozó hatásállításokat kommunikáljon vele a fogyasztók felé. Ha az eljárás alá vont, az előadásának megfelelően a „zöld”, „karibi”, stb. hangulatot (előadása szerint ezt kívánta a fogyasztók felé kommunikálnia a jelen vizsgált kampányban is) és nem pedig igazolatlan egészségre vonatkozó hatást kíván tulajdonítani és a szolgáltatást akként reklámozni, akkor azt egyértelműen is kommunikálni kell és ennek gyakorlata feltehetőleg nem lenne alkalmas a fogyasztók megtévesztésére.

VIII.3.2. Második állításcsoport

315. Az eljáró versenytanács szerint az eljárás alá vont nem megalapozottan, a fogyasztók megtévesztésére alkalmas módon használja a „speciális fény”, „világon egyedülálló technológia”, az „egész Európában piacvezető újdonság” állításokat, az alábbiak miatt.

²⁶⁹ VJ/4-5/2019. 17. pont

316. Mindenekelőtt az eljáró versenytanács rámutat, hogy ezek az állítások piacelsőségi állítások, amiket az eljárás alá sem vont kétségbe. A piacelsőségi állítások pedig rendszerint erős, kategorikus kijelentések, függetlenül attól, hogy az eljárás alá vont vállalkozás reklámja felsőfokú jelzőt használ-e vagy sem. Az ilyen állítások jelentősen növelhetik az áruba vetett fogyasztói bizalmat és emiatt kifejezetten alkalmasak a fogyasztói döntés befolyásolására.
317. Az eljáró versenytanács szerint nem alapozza meg a kínált szolgáltatás „speciális”, „világon egyedülálló” vagy „Európában piacvezető” jellegét az, hogy az eljárás alá vont állítása szerint a Skin Angel Bio Green csövek UV sugárzási értéke alacsonyabb a magyarországi piacon elérhető más szoláriumcsövek teljesítményétől, valamint a kibocsátott fény zöld színe. Az eljáró versenytanács rámutat, hogy a piacelsőségi típusú üzeneteket az érintett piac többi szereplőjének viszonylatában kell értelmezni és értékelni, ezért az eljáró versenytanács szerint önmagában a természetközeli élményt kínáló, kíméletesebb szoláriumszolgáltatás nem támasztja alá azt, hogy a FOX CONSULTING szolgáltatása világ- vagy európai viszonylatban egyedülálló, egyéni vagy vezető lenne. Továbbá, az eljáró versenytanács kiemeli, hogy az egyedülállóság és piacvezető jelleg leginkább valamilyen szempontrendszer alapján értékelhető.
318. E körben az eljáró versenytanács hangsúlyozza, hogy az eljárás alá vont nem nyújtott be olyan felmérést, nyilatkozatot, ami hitelt érdemlően igazolni tudná, hogy az általa alkalmazott technológia világ, illetve európai tekintetben egyedülálló vagy piacvezető. Az eljárás alá vont nem nyújtott be arra vonatkozó kutatást sem, ami alátámasztja azt, hogy nem ismert olyan szolárium készülék más gyártóknál, és szalonok esetében, amelynél az infra és az UV sugárzás egyetlen készülékkel megvalósulhat.
319. Ugyan a versenytanács fentebb kifejtette azt, hogy önmagában az alacsonyabb UV sugárzási értékű csövek nem igazolnák a piacelsőségi állítást, azonban a teljességre törekedve megvizsgálta a FOX CONSULTING által ezek bizonyítására csatolt gyártói nyilatkozatot²⁷⁰, valamint a gyártó publikus weboldalát is²⁷¹. Ezek alapján pedig csak az állapítható meg, hogy az általa alkalmazott szoláriumcsövek gyártója kijelenti, hogy a napágy a vonatkozó szabvány szerint a teljesítményt a 0,3W/m² értéknek megfelelően biztosítja, ami pedig az eljárás alá vont által hivatkozott és csatolt Piacfelügyeleti Hírlevél szerint is a Magyarországon hatályban lévő szabályozás szerint a szolgáltatás biztonságos határértékének (0,3W/m²) megfelelő, tehát a FOX CONSULTING által alkalmazott csövek kapcsán kizárólag az került igazolásra, hogy a jogszabályi határértéknek megfelelőek, ennek azonban valamennyi Magyarországon alkalmazott szoláriumcsőnek meg kell felelni, tehát semmiben sem tér el a többi Magyarországon jogszerűen működtetett szoláriumcsőtől.
320. Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy az eljárás alá vont nem bizonyította a speciális fény állítással kapcsolatban annak specialitását sem, ugyanis önmagában annak állítása, hogy a használt csövek egyedülálló zöld színe alapozza meg ezt az állítást nem tekinthető bizonyítéknak, hiszen semmivel sincs alátámasztva, hogy ez a színén kívül valami többlet elemet hordozna.
321. Ezenkívül pontosan az általa becsatolt bizonyítékok is és más európai szolgáltatók igazolják azt, hogy akár az ilyen típusú, akár a zöld színű csöveket Európában máshol is használnak, illetve bárki által megvásárolhatóak az interneten²⁷².
322. Az eljáró versenytanács rámutat továbbá, hogy a jelen eljárásban vizsgált piacelsőségi állításokat a fogyasztók asszociáció útján összeköthetik az Első és Harmadik állításcsoport üzeneteivel. Az eljáró versenytanács hangsúlyozza, hogy az eljárás alá vont nyilatkozata²⁷³

²⁷⁰ VJ/4-51/2019. számú irat 11. számú melléklet

²⁷¹ <http://skinangel.hu/technikai-informaciok/> (letöltés: 2020. 02.20., oldalmentést lásd VJ/4-58/2019. szám alatt)

²⁷² VJ/4-57/2019.

²⁷³ VJ/4-5/2019. 7. pont, 10. pont

szerint a KiwiSun „bioszoláriumainak” fénye – az alacsonyabb sugárzás mellett – csupán a zöld színében eltérő más szoláriumoktól. Az eljáró versenytanács szerint a Skin Angel Bio Green csövek által kibocsátott zöld fény „speciális” jellege sem alátámasztott, mivel a fogyasztók a szoláriumcső fényét nem önmagában a zöld színnel, hanem az Első és Harmadik állításcsoportokba tartozó üzenetek által ígért hatásokkal kapcsolják össze, melyeket az eljárás alá vont az eljáró versenytanács szerint nem támasztott alá.

323. Az eljáró versenytanács az eljárás alá vont által is piacelsőségi állításként detektált állításokat („speciális fény”, világon egyedülálló technológia” és az „egész Európában piacvezető újdonság”) az eljárás alá vontnak az Fttv. 14. §-a alapján bizonyítania kellett volna, azonban a FOX CONSULTING bizonyítása erre nem volt alkalmas, miközben még az állítások fogyasztói értelmezése is kérdéses, így a második állításcsoportba tartozó reklámüzenetei nem felelnek meg a jogszabályi előírásokban foglalt követelményeknek.

VIII.3.3. Harmadik állításcsoport

324. Elöljáróban az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy álláspontja szerint a Harmadik állításcsoportba tartozó üzenetek („**fokozza az endorfin termelődését**”, „**segíti a kalcium beépülését**”, „**jobban mozognak az ízületek**”, „**immunrendszer erősítő**”) egészségre vonatkozó hatásállításoknak tekinthetők. A hatásállítások fogyasztói döntéssel kapcsolatos hatása kapcsán az eljáró versenytanács utal a Versenytanács VJ/7/2018. számú döntésének megállapítására, mely kijelenti, hogy *„a hatások ugyanis alapvetően bizalmi jellemzők közgazdasági értelemben: a vásárló, felhasználó még a fogyasztást követően sem tud egyértelműen megbizonyosodni arról, hogy az elért eredmény minek köszönhető és hogy egyáltalán van-e eredmény, volt-e hatás.”*²⁷⁴
325. Az eljáró versenytanács hivatkozik a Fővárosi Ítéltábla döntésére,²⁷⁵ mely szerint a tudományos ismeret a természet objektív összefüggéseiről szerzett, a tudományággal hivatásszerűen foglalkozó, abban szaktekintélynek számító személyek által a tudomány követelményeinek megfelelő módon igazolt tapasztalatok, általánosítások, fogalmak összessége.
326. Továbbá ahogyan azt a Fővárosi Bíróság²⁷⁶ ítéletében megállapította, a tudományos igazoltság körében lényeges, hogy a fogyasztói döntések jogszerű befolyásolása esetén a vállalkozásnak már a reklám közzététele előtt rendelkeznie kell olyan *egyértelmű* vizsgálati eredménnyel, amely állításait *mindenben* alátámasztja.
327. Az eljáró versenytanács hivatkozik a VJ/61/2016. (Hollandimpex) számú ügy következő megállapítására is.

*„A töretlen bírói gyakorlat értelmében az eljárás alá vontaknak **az eljárással érintett termékekre vonatkozó** olyan bizonyítékokkal kellene szolgálnia, amelyek megfelelnek a tudomány elvárásainak, így különösen figyelemmel arra, hogy*

- a tudományos ismeret a természet objektív összefüggéseiről szerzett, a tudományággal hivatásszerűen foglalkozó, abban szaktekintélynek számító személyek által a tudomány követelményeinek megfelelő módon igazolt tapasztalatok, általánosítások, fogalmak összessége,*
- a vizsgálati eredmény nem nyugodhat izolált esetismertetések, véletlenszerű tapasztalatokon, olyan beszámolókon, amelyek nélkülözik a tudományos értékeléshez szükséges feltételeket és eszközöket (pl. megfelelő és elfogadott statisztikai tervezést, kivitelezést), elismert tudományos módszerrel alá nem támasztott véleményeken, az értékelést befolyásoló körülmények mellőzésével írott publikáción, forrásanyag ellenőrizetlen hivatkozásán, nem mellőzve, hogy*

²⁷⁴ VJ/7/2018. 131. pont

²⁷⁵ Fővárosi Ítéltábla 2.Kf. 27.185/2007/6. számú ítélete (Vj/3/2004.)

²⁷⁶ Fővárosi Bíróság - a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf. 27.257/2004/5. ítéletével helybenhagyott - 2.K.33.494/2003/8. számú ítélete

nem tekinthetők tudományos ismeretnek a pozitív terméktapasztalatok, a fogyasztóktól származó vélemények,

- *a vizsgálatba bevont személyek esetén a minta kellő nagysággal és reprezentativitással bírjon,*
- *a mintába való bekerülés szempontjai olyan személyek mintába való bekerülését eredményezzék, akik a vizsgált termék célcsoportját alkotják,*
- *a mintavétel módja legyen megfelelő, a mintába való bekerülés szempontjai ne okozzanak potenciális szelekciós torzítást,*
- *a vizsgálatra normál, a mindennapi használattól nem eltérő körülmények között kerüljön sor,*
- *a vizsgálat során történő „lemorzsolódás” indokai kerüljenek ismertetésre,*
- *a vizsgálati alanyokról álljanak rendelkezésre deskriptív statisztikák,*
- *a vizsgálat lefolytatása oly módon történjék, amely lehetővé teszi az esetleges szubjektív problémák kezelését, a vizsgálat dokumentációban szereplő számítások legyenek ellenőrizhetők az ún. nyers adatok segítségével.”* ²⁷⁷

328. Az eljáró versenytanács továbbá hivatkozik a Versenytanács azon elvi megállapítására, miszerint *„a tényállítás valóságnak való megfelelése kapcsán a vállalkozás nem egyszerűen valamilyen előadás megtételére köteles, hanem olyan bizonyítékkal kell szolgálnia, amely kétséget kizáróan igazolja a tényállítás valóságát.”* ²⁷⁸
329. Az eljáró versenytanács rámutat, hogy a FOX CONSULTING előadása, miszerint nem állította egyetlen marketing megjelenés során sem, hogy a KiwiSun Bioszolárium egészséges lenne, vagy egészségesebb lenne, mint más szolárium, ²⁷⁹ nem felel meg a valóságnak, mivel pl. a vállalkozás üzemeltette szalonok Facebook oldalain megjelentek olyan tartalmak, melyek pl. azt állították, a szolárium használat – és így a KiwiSun szoláriumai – serkenti a hormon- és az immunrendszer működését. ²⁸⁰
330. Az eljáró versenytanács hangsúlyozza, hogy a FOX CONSULTING által benyújtott bizonyítékok ²⁸¹ nem specifikusan a Skin Angel Bio Green csövekkel működő szoláriumgépekre vonatkoznak. Az eljárás alá vont által megküldött tanulmányok, kutatási anyagok általánosságban a szoláriumokkal és szoláriumhasználattal, a D-vitamin és az UV-sugárzás hatásaival kapcsolatban tartalmazznak megállapításokat. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a benyújtott dokumentumokból nem lehet következtetést levonni arra vonatkozóan, hogy a FOX CONSULTING által bemutatott teljesítménnyel és műszaki specifikációkkal bíró Skin Angel Bio Green csövek fénye – és így a szolgáltatás – milyen élettani hatással lehet a fogyasztókra, és alkalmas-e a reklámokban hirdetett hatások előidézésére. Az eljáró versenytanács hangsúlyozza továbbá, hogy álláspontja szerint azt sem támasztotta alá a FOX CONSULTING, hogy a szolgáltatásának, a csövek fényének csak a pozitív hatásai élvezhetők.
331. Az eljáró versenytanács továbbá rámutat, hogy erre tekintettel az előző pontban hivatkozott tudományos bizonyítottság kritériumai nem teljesülnek. Az eljáró versenytanács kiemeli azt is, hogy az eljárás alá vont nem nyújtott be dokumentációt, amely igazolná, hogy a szolgáltatás értékesítését megelőzően rendelkezett tudományos bizonyítékkal arra vonatkozóan, hogy a Skin Angel Bio Green csövekkel működő „bioszolárium” kiváltja a vizsgált élettani hatásokat.
332. A vizsgálat a fentiekre tekintettel a vizsgált szolgáltatást a hatásállítások vonatkozásában hagyományos szolárium-szolgáltatásként értékeli.

²⁷⁷ VJ/61/2016. 122. pont, Elvi jelentőségű döntések I.14.3. (VJ/104/2009.)

²⁷⁸ Elvi jelentőségű döntések I.14.3. (VJ/104/2009.)

²⁷⁹ VJ/4-5/2019. 4. pont

²⁸⁰ Ld. pl. KiwiSun Margit krt. 48. Facebook oldal, 2018. február 24.

²⁸¹ VJ/4-33/2019. 5. melléklet

333. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint az „UV mentes” és hasonló tartalmú állításokat az eljárás alá vont nyilatkozatával alátámasztotta. Az eljáró versenytanács szerint továbbá a fogyasztók mind a KiwiSun weboldalan, mind az érintett szalonban különösebb erőfeszítés nélkül tájékozódhatnak arról, hogy az UV mentes barnulás egy speciális kozmetikai permet segítségével, és nem szoláriumcsövekkel érhető el. Továbbá, az eljáró versenytanács szerint a szoláriumozás iránt érdeklődő fogyasztók számára ismert lehet a kozmetikai permet, mint barnító technológia. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint ezért ezen állítással az eljárás alá vont nem sértette meg az Fttv. rendelkezéseit. Másrészt, az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a www.kiwisun.hu weboldal tanúsága szerint az UV mentes barnító kabin csak a szegedi szalonban érhető el.
334. Az eljáró versenytanács szerint Dr. J. E. és Dr. M. A. tanulmányai nem tekinthetők az Elvi jelentőségű döntések I.14.3. pontjában foglalt követelményeknek megfelelő szakvéleménynek, mert azok csupán angol nyelvű tanulmányok magyar nyelvű összefoglalói.
335. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint az eljárás alá vont nem támasztotta alá dokumentációval (így pl. tudományos publikációs lista, oktatási tevékenység igazolása, díjak és elismerések, önéletrajz) azt sem, hogy Dr. J. E. és Dr. M. A. szaktekintélynek számíttának a bőrgyógyászat, illetve immunológia terén. Az eljáró versenytanács jelzi, hogy az érintett orvosok [Üzleti titok] a feladatokat.
336. Ezt az eljárás alá vont beadványában is elismerte, így előadásával ellentétben az eljáró versenytanács véleménye szerint ezt a tényt nem lehet figyelmen kívül hagyni és a két szakértőként megjelölt orvos nem tekinthető független szakértőnek, így a „szakvéleményüket” [Üzleti titok] miatt sem tudja elfogadni.
337. Ezenkívül a fenti érvek mellett szól az is, hogy a szakvéleményeket kiállító orvosok (Dr. J. E. és Dr. M. A.) kifejezetten szerepelnek a jelen eljárásban vizsgált kereskedelmi gyakorlatokban, akként, hogy azokban népszerűsítik az eljárás alá vont szolgáltatását.
338. Az eljáró versenytanács továbbá megjegyzi, hogy a SCHEER véleménye szerint nincs biztonságos határérték a napágyakból származó UV sugárzás expozíciójára, valamint, hogy a bőrt ért dózisok az idő során összeadódnak, ezért az eljáró versenytanács szerint a Skin Angel Bio Green csövek az esetleges alacsonyabb sugárzási teljesítményük miatt nem tekinthetők egészségesnek.
339. Az eljáró versenytanács rámutat, hogy az eljárás alá vont fenti nyilatkozata szerint folyamatosan nyomon követi a releváns nemzetközi kutatási eredményeket és ajánlásokat, a SCHEER 2017-es véleményére azonban egyik beadványában sem hivatkozik, holott a versenyfelügyeleti eljárás 2018. február 8-i megindítása előtt lett volna lehetősége azt megismerni – és kereskedelmi kommunikációját az abban szereplő megállapítások tekintetében alakítani.
340. Itt kívánja felhívni ismételt arra a figyelmet az eljáró versenytanács, hogy pontosan a fenti negatív következmények miatt lett betiltva Európa 14 országában a szolárium szolgáltatás nyújtása 18 év alattiak számára²⁸².
341. Az eljáró versenytanács rámutat, hogy az Európai Unió Bíróságának esetjoga²⁸³ szerint már az is ügyleti döntés, ha a fogyasztó belép az üzletbe. Erre tekintettel az eljáró versenytanács szerint az eljárás alá vont szoláriumszalonokban kifüggesztett, egészségre káros hatásokról szóló figyelmeztetéssel kapcsolatos nyilatkozata²⁸⁴ nem vehető figyelembe. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a figyelmeztetés észlelésekor a fogyasztó már két ügyleti döntést is meghozott: a reklámok már felkeltethették a figyelmét és kereste a szolgáltatást, továbbá belépett az üzletbe. Az eljáró versenytanács szerint azért

²⁸² VJ/4-58/2019.

²⁸³ C/281-12. számú ügy, 36. pont

²⁸⁴ VJ/4-5/2019. 17. pont

sem vehető figyelembe az eljárás alá vont ezen nyilatkozata, mivel saját bevallása²⁸⁵ szerint is figyelmen kívül hagyják a szoláriumozni kívánó fogyasztók az egészségügyi kockázatokat. Az eljáró versenytanács szerint nem valószínűsíthető, hogy a szoláriumozni kívánó fogyasztók üzleti döntéseit érdemben befolyásolja egy ilyen figyelmeztetés.

342. Ugyanakkor, az eljáró versenytanács álláspontja szerint kifejezetten problémás az, hogy a KiwiSun szoláriumok kereskedelmi kommunikációja egy olyan célcsoport felé közvetít *egészséges hatásokkal* kapcsolatos állításokat, amelynek tagjai a szoláriumozással együtt járó *negatív egészségügyi hatásokat jellemzően figyelmen kívül hagyják*. Az eljáró versenytanács szerint az ilyen hatásállítások emiatt különösen alkalmasak a szolgáltatás igénybevételének ösztönzésére a releváns fogyasztók körében. Az eljáró versenytanács szerint az egészséges hatások ígérete miatt az ezzel egyébként sem kifejezetten törődő fogyasztók még kevesebb figyelemmel legyenek a szoláriumozás káros hatásaira. E körben az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a FOX CONSULTING kommunikációja esetenként kifejezetten úgy hirdeti szolgáltatását, mint ami „káros hatások nélküli”.²⁸⁶ Az eljáró versenytanács felhívja a figyelmet arra, hogy ez ellentmond a SCHEER Véleményben foglaltaknak.
343. Az eljáró versenytanács szerint a kommunikáció emiatt alkalmas arra, hogy azt a látszatot keltse az érintett szolgáltatással kapcsolatban, hogy azzal a fogyasztók az egészségre nem káros, vagy kevésbé káros módon szoláriumozhatnak.
344. Összegezve, az eljáró versenytanács szerint az eljárás alá vont a Harmadik állításcsoport üzeneteit – ide nem értve az UV mentességet – megtevesztésre alkalmas módon, nem megalapozottan használja.

VIII.3.4. A kereskedelmi kommunikációkban megjelenő állítások összhatásának értékelése

345. Az eljáró versenytanács az alábbi – példálózóan bemutatott kommunikációkat tartalmazó – táblázattal mutatja be, hogy a három állításcsoportba sorolt kommunikációk együttesen, kombináltan is megjelentek, egymás hatását is felerősítve bizonyos kommunikációs eszközökön.
346. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a reklámokban együttesen megjelenő állításokra tekintettel jelen eljárásban értelmezhető a kommunikáció „összhatás” alapú vizsgálata is, tekintettel a fogyasztói asszociációra. Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy az eljárás alá vont tárgybeli álláspontja²⁸⁷ nem helytálló, mivel a GVH vizsgálja az állítások összhatását.

Kereskedelmi kommunikáció szövege	Üzenet
„A KiwiSun szoláriumrendszere a világon egyedülálló, speciális zöld fényének köszönhetően fokozódik a szervezet D-vitamin-termelése, ezért javul az ellenálló-képesség, továbbá fokozza az endorfin-, vagyis a boldogsághormon-termelést is az emberi szervezetben. ” ²⁸⁸	- Egyedülálló, speciális tulajdonsággal bíró szolgáltatás, - amely pozitív hatással van az egészségre, az emberi szervezetre.
„Így hatnak a zöld bioszoláriumok Komoly technológiai fejlesztés eredményeképpen a KiwiSun egy olyan szolárium rendszert mutatott be, amely egész	Egyedülálló, speciális tulajdonsággal bíró szolgáltatás,

²⁸⁵ VJ/4-5/2019. 1. pont

²⁸⁶ Ld. pl. <https://www.femcafe.hu/cikkek/fashion-beauty/kiwisun-zold-bioszolarium-nyeremenyjatek> oldalon megjelent natív hirdetést; Miért jár mindenki a Kiwisun szoláriumba? című 2016.05.12-én megjelent reklámvideót; KiwiSun orvosi szempontból című 2016.02.03-án megjelent reklámvideót

²⁸⁷ VJ/4-5/2019. 17. pont

²⁸⁸ <https://femina.hu/egeszseg/kiwisun-szolarium/>

Európában piacvezető újdonságnak számít, ezáltal kíméletesen barnulva élvezhetők a különleges hatások: • természetes karibi barna szín • bio pozitív hatás, D-vitamin termelődés természetes úton • közérzet javulás • testi-lelki feltöltődés • fokozza a boldogság hormon termelést Éltető napfény, káros hatások nélkül”²⁸⁹	• amely alkalmas természetes úton • pozitív, egészségre és emberi szervezetre gyakorolt hatások előidézésére.
[Facebook poszt szövege]: A ZÖLD BIOSZOLÁRIUMOK HATÁSAI Komoly technológiai fejlesztés eredményeképpen a KiwiSun egy olyan szolárium rendszert mutatott be, amely egész Európában piacvezető újdonságnak számít, ezáltal kíméletesen barnulva élvezhetők a különleges hatások. - TERMÉSZETES KARIBI BARNÁ SZÍN. - BIO POZITÍV HATÁS, D-VITAMIN TERMELŐDÉS TERMÉSZETES ÚTON. - KÖZÉRZET JAVULÁS. - TESTI-LELKI FELTÖLTŐDÉS. - FOKOZZA A BOLDOGSÁG HORMON TERMELÉST. #szolárium #szoli #bioszolárium #napozás #barnulás #flabélos #kiwisun #kiwisundebsrecen #dvtamin #boldogsághormon #színterápia #karibibarnabőr [Facebook poszt fotóján látható]: [matricán²⁹⁰ olvasható, kisbetűs szöveg]: EU-KONFORM SZOLÁRIUM [kék alapon, nagyobb méretben, fehérrel kiemelten]: 0,3 W/m² EGÉSZSÉGTUDATOS VÁLASZTÁS [zöld növény leveleivel beborított cső képe]²⁹¹	• Egyedülálló, újszerű szolgáltatás, • amely alkalmas természetes úton • pozitív, egészségre és emberi szervezetre gyakorolt hatások előidézésére.
[Facebook poszt szövege]: Miért BIO a BIOSZOLÁRIUM? Mert egészségtudatos: nem éget, nem szárítja a bőrt, nem ráncosít és teljesen biztonságos a használata. Természetes, karibi bőrszín ad, tartós és egyenletes barnulást biztosít. Fokozza a D-vitamin termelődést, így hozzájárul az immunrendszer erősödéséhez. Boldogsághormont (endorphin) termel, ami önbizalmat, magabiztosságot ad és optimistává tesz. Javítja a közérzetet, felölt energiával, egyensúlyba hoz, elősegíti a test és lélek harmóniáját. KIWISUN, ITT NEM ÉGSZ, BARNULSZ! #szolárium #szoli #bioszolárium #napozás #barnulás #flabélos #kiwisun #kiwisundebsrecen #dvtamin #boldogsághormon #színterápia #karibibarnabőr [Facebook poszt fotóján látható]: A BARNULÁS ÚJ KORSZAKA!	• Pozitív egészségre és emberi szervezetre gyakorolt hatások • természetes úton.

²⁸⁹ <https://www.femcafe.hu/cikkek/fashion-beauty/kiwisun-zold-bioszolarium-nyeremenyjatek>

²⁹⁰ Az érintett kommunikációs elem a „0,3 W/m² matrica”.

²⁹¹ KiwiSun Szolárium Szalon Debrecen Facebook oldal poszt, 2018. december 9.

[zöld színnel] ZÖLD BIOSZOLÁRIUM A TERMÉSZET EREJÉVEL! [kiwisun embléma] [kisbetűvel] AZ EGÉSZSÉGTUDATOSOK SZOLÁRIUMA [zöld színű cső képe]²⁹²	
„[...]Technológiánk egy speciális zöld fény, ami nem égeti, nem ráncosítja, nem pirosítja, nem szárítja ki a bőrt, nem öregíti a bőrt. Egy gyönyörű szép természetes karibi barna bőrszín ad, D-vitamint termel, segíti a kalcium beépülését, fokozza az endorfinhormon termelődését, kiváló közérzetet biztosít. [...]”²⁹³	• Egyedi, különleges szolgáltatás, • amely alkalmas különböző pozitív emberi szervezetre gyakorolt hatás előidézésére.

347. Figyelemmel az asszociáció lehetőségére, az eljáró versenytanács szerint a szoláriumot használni kívánó fogyasztó a „Zöld Bio Szolárium – a természet erejével” kijelentés üzenetét rávetíti az emberi szervezetre gyakorolt pozitív hatásokkal kapcsolatos állításokra és fordítva. Az eljáró versenytanács szerint ennek következtében a „zöld bio” és „bio” és a „természet erejével” jelzők élettani szempontból hozzáadott, pozitív értéket sugalmazó, azonban nem alátámasztott üzenetként jelennek meg a fogyasztó számára. Az eljáró versenytanács az asszociáció kapcsán felhívja a figyelmet arra is, hogy bizonyos Facebook kommunikációk bár a természetes napfény pozitív hatásait mutatják be, azt a fogyasztók végeredményben a KiwiSun szolárium-használat hatásaival azonosítják.
348. Az eljáró versenytanács szerint jelen ügyben a „zöld bioszolárium” kínálta, barna bőrszínen felüli, pozitív élettani előnyök, hasznok hozzáadott értéként jelennek meg a fogyasztó számára, amelyek ezért erős megkülönböztető jelleget is adnak a vállalkozás nyújtotta szolgáltatásnak. Az eljáró versenytanács szerint az ígért hasznokat a fogyasztó a három állításcsoportba tartozó üzenetek együttes hatása miatt tekintheti a szolárium alapvető funkcióját meghaladó, hozzáadott értéknek. Az eljáró versenytanács továbbá rámutat, hogy álláspontja szerint a kereskedelmi kommunikáció alkalmas arra, hogy a fogyasztó ezt a hozzáadott értéket társítsa a KiwiSun franchise terjesztette márkához is.
349. Hangsúlyozandó, hogy a vállalkozás nem támasztotta alá a „zöld bio”/”bio”/”természet erejével” állítások, és a „speciális fény” állítás, valamint az emberi szervezetre gyakorolt pozitív hatások egymás közötti ok-okozati kapcsolatát sem. Az eljáró versenytanács szerint ezek miatt a vállalkozás nem tudja megfelelően alátámasztani a szolgáltatás egyedi, megkülönböztetett jellegét sugalmazó azon állításait sem, mint „a világon egyedülálló technológia”.
350. Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a kereskedelmi kommunikációban megtalálhatók olyan reklámelemek, amelyek a mértékletességre intik a fogyasztót, illetve tájékoztatják a lehetséges egészségügyi kockázatokról.²⁹⁴ Ugyanakkor az eljáró versenytanács szerint a franchise hálózat reklámjai összhatásukban túlnyomóan kedvező képet alakítanak ki (pl. „Éltető napfény, káros hatások nélkül” állítás) egy olyan szolgáltatásról, amelynek sajátossága az alább bemutatott kockázattal együtt járó fogyasztás. Ennek kapcsán az eljáró versenytanács hivatkozik az Európai Unió Bíróságának C/544-10. számú döntésének következő megállapításaira: „Az említett állítás ugyanis előtérbe helyez egy bizonyos olyan jellemzőt, amely az emésztést könnyíti, de hallgat arról a tényről, hogy az alkoholtartalmú italok fogyasztásához kapcsolódó veszélyek – az emésztés zavartalanságától függetlenül – e tekintetben nem hárulnak el, és még csak nem is csökkennek. Az uniós jogalkotó tehát jogosan vélhette úgy, hogy az olyan állítás, mint amely az alapügy tárgyát képezi, félreérthető, sőt megtévesztő, mivel az egy alkoholtartalmú italra vonatkozik. A vitatott

²⁹² KiwiSun Szolárium Szalon Debrecen Facebook oldal poszt, 2018. december 1.

²⁹³ Facebook video („Miért jár mindenki a Kiwisun szoláriumba?”) részlete, 2019. május 12.

²⁹⁴ Ld. pl. a <https://www.kiwisun.hu/egeszsegugyi-informaciok.html> oldalon elérhető tájékoztatást.

állítás ugyanis azért, hogy kizárólag a könnyű emészthetőséget állítja előtérbe, ösztönzi a kérdéses bor fogyasztását, és végső soron növeli azokat a kockázatokat, amelyek bármely alkoholtartalmú ital túlzott fogyasztásának az eredményeképpen a fogyasztók egészsége tekintetében merülnek fel.”²⁹⁵

351. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a fenti ítélet megállapításai analóg módon rávetíthetők a KiwiSun franchise „bioszolárium” szolgáltatást népszerűsítő kereskedelmi kommunikációjának értékelésére is. Az eljáró versenytanács szerint az eljárás alá vont azzal, hogy a fogyasztó számára előnyös hatásokat helyezi előtérbe, illetve tesz közzé, egy – uniós háttéranyagokban is kommunikált – potenciálisan bőrkárosító hatással járó szolgáltatás kapcsán alakít ki dominánsan egészséges, pozitív hatásokra hivatkozó üzenetet, márkaimidzset.
352. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint önmagában megtévesztő, ha egy potenciálisan egészségre káros szolgáltatással kapcsolatban a vállalkozás kereskedelmi kommunikációja – akár egy-egy reklámállítással, akár saját brandjének imidzsén keresztül – emberi szervezetre gyakorolt pozitív hatásokat közöl.
353. A fentiek alapján és annak következményeképpen is az eljáró versenytanács azt állapította meg, hogy a FOX CONSULTING az Fttv. 14. §-ban foglalt bizonyítási kötelezettségének nem tudott eleget tenni, bizonyítási kísérlete alkalmatlannak bizonyult, miközben az igazolási kötelezettségtől függetlenül egyébként is megtévesztőek az érintett állítások (az előző pontokban kifejtettek alapján).

VIII.4. Az eljárás alá vont felelőssége

354. Az Fttv. 9. § (1) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll.
355. Az Fttv. 9. § (2) bekezdése értelmében az (1) bekezdés szerinti vállalkozás felel akkor is, ha a kereskedelmi gyakorlatot szerződés alapján más személy valósítja meg a vállalkozás érdekében vagy javára.
356. Az Fttv. 9. § (1) bekezdésében alkalmazott érdek-elv figyelembevételével a jelen versenyfelügyeleti eljárás során vizsgált kereskedelmi gyakorlattal kapcsolatban az eljárás alá vont vállalkozás felelőssége megállapítható, az alábbiakra tekintettel.

VIII.4.1. Az eljáró versenytanács álláspontja a FOX CONSULTING Fttv. szerinti felelősségével előadottakkal kapcsolatban

357. Az eljárás alá vont kifogásolta felelőségének megállapíthatóságát, mert a fentebb bemutatott álláspontja szerint, mint franchisor nem részesül a franchise tagok bevételéből, ezért közvetlen érdekeltsége nem áll fenn.
358. Az eljáró versenytanács szerint a FOX CONSULTING, mint a KiwiSun franchise hálózat franchisorának a vizsgált kereskedelmi gyakorlatért való felelőssége értékelésénél figyelembe kell venni
- az Fttv. szerinti érdek-elvet (VIII.4.1.1.) és
 - a franchise, mint üzleti modell bizonyos jellemzőit (VIII.4.1.2.).

VIII.4.1.1. Érdék-elv

359. Az eljáró versenytanács kiemeli, hogy a Versenytanács gyakorlata és az Fttv. Nagykommentár szerint, amennyiben a vállalkozásnak bevétele származik a franchise tagdíjból, akkor érdekében áll a vizsgált szolgáltatás értékesítésének ösztönzése és így a vizsgált kereskedelmi gyakorlatokért az Fttv. alapján felelősséggel tartozik.²⁹⁶

²⁹⁵ C/544-10. számú döntés, 51-52. pont

²⁹⁶ VJ/36/2010. 87. pont; Dr. Zavodnyik József: Nagykommentár a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatról szóló törvényhez, 235. o.

VIII.4.1.2. Franchise üzleti modell

360. Az eljáró versenytanács az alábbiakban bemutatja a franchise üzleti modellre vonatkozó szakirodalom egyes releváns megállapításait, annak érdekében, hogy alátámassza azt, hogy az eljárás alá vont vállalkozás felelőssége megállapítható a KiwiSun franchise „bioszoláriumát” népszerűsítő kereskedelmi kommunikáció megjelenéséért.
361. A franchise, mint a **franchisor** (jogbérletbe adó, franchise átadó) és a **franchisee** (jogbérletbe vevő, franchise átvevő) együttműködésén alapuló, számukra kölcsönösen előnyös üzleti modell lényege, hogy
- a jogbérletbe adó által kifejlesztett koncepció/rendszer belső oldalát általában valamilyen know-how-n alapuló szolgáltatás nyújtásának folyamata képezi, külső oldalát pedig az egységes külső megjelenés, arculat, amely általában valamilyen védjegyen, kereskedelmi néven (márkanéven) alapul;
 - a jogbérletbe adó a fogyasztók számára jól azonosíthatóvá teszi ezt a rendszert és az annak keretében nyújtott szolgáltatást, szellemi alkotások (pl. védjegyek), egységes arculat, márkanev, logó és határozott marketing tevékenység segítségével;
 - a jogbérletbe vevő/franchise átvevő a saját nevében és saját javára – önálló jogalanyként, de a franchise hálózat tagjaként – nyújtja a szolgáltatást, amelyhez a franchisor engedélye alapján jogosult a szellemi alkotások, arculati elemek használatára.²⁹⁷
362. A franchise együttműködésben tehát az egyik fél sikere a másik fél sikerén keresztül érhető el, közöttük *érdekazonosság* áll fenn.²⁹⁸
363. A franchisor számára az üzleti modell *előnyei* közé tartozik, hogy
- a szolgáltatását gyorsan és hatékonyan, jelentős költségek megtakarításával tudja eljuttatni a fogyasztókhoz, mert a szolgáltatásnyújtást jogi értelemben önálló vállalkozások végzik;
 - a franchise partnerek által fizetett ellenszolgáltatás (legalább részben) fedezi a hálózat kialakítására, a szolgáltatás piacra bevezetésének, a hálózat fenntartásának és fejlesztésének költségeit;
 - a jogbérletbe vevők a helyi piac ismeretében törekednek a minél nagyobb volumenű szolgáltatásnyújtásra.²⁹⁹

VIII.4.1.3. A FOX CONSULTING, mint franchisor felelőssége

364. Az eljáró versenytanács elsősorban arra kíván rámutatni arra, hogy a Versenytanács hosszabb időre visszatekintő és töretlen joggyakorlata alapján a franchisor felelőssége az Fttv. 9.§-a szerinti érdek-elv alapján is fennáll
- „Az N & H Sonoplus Inc. felelőssége a jogsértő kereskedelmi kommunikáció tekintetében az Fttv. 9. § (1) bekezdése alapján fenn áll, tekintettel arra, hogy az eljárás alá vontnak egyfelől a Sonomat 4000 készülék értékesítéséből árbevétele, másfelől a magyarországi sonoterápiás szolgáltatások értékesítéséből a különböző címen megállapított franchise-díjakból bevétele származott, így a készülék és az azzal nyújtott szolgáltatások értékesítésének ösztönzése nem vitathatóan érdekében állt, azaz a vizsgált kereskedelmi gyakorlatokért az Fttv. alapján felelősséggel tartozik”.³⁰⁰
365. Másodsorban az érdek-elvvel kapcsolatosan az eljáró versenytanács rámutat, hogy az eljárás alá vont a 2016. és 2019. közötti időszakban növekedő nettó árbevételt realizált franchise tagdíjakból. Az eljáró versenytanács szerint az érdek-elv alapján a FOX

²⁹⁷ Fuglinszky Ádám – Tőkey Balázs: Szerződési jog, Különös rész, 596. o., ELTE Eötvös Kiadó, Budapest, 2018., hiv.: Fuglinszky – Tőkey (2018)

²⁹⁸ Fuglinszky – Tőkey (2018), 597. o.

²⁹⁹ Fuglinszky – Tőkey (2018), 597. o.

³⁰⁰ VJ/36-130/2010. 87. pont

CONSULTINGnak érdekében áll a vizsgált szolgáltatás értékesítésének ösztönzése a franchise hálózaton keresztül.

366. Az eljáró versenytanács hangsúlyozza, hogy a FOX CONSULTING saját nyilatkozata³⁰¹ szerint franchisorként olyan szolgáltatásokkal építi a KiwiSun márkanevet, mint pl.
- [Üzleti titok]
 - [Üzleti titok]
 - [Üzleti titok]
367. Az eljárás alá vont maga nyilatkozott³⁰² arról, hogy az említett szolgáltatásokat *franchisorként nyújtja a tagoknak*. E körben az eljáró versenytanács hangsúlyozza azt, hogy a FOX CONSULTING nyilatkozata³⁰³ szerint *a társaságon kívül nem volt egyéb közreműködő, nem vett igénybe reklámügynökséget az alkalmazott kereskedelmi kommunikációk megalkotására*.
368. Továbbá az eljáró versenytanács kiemeli azt, hogy ezen nyilatkozat értelmében a megjelent Facebook kommunikációkat úgy kell tekinteni, hogy azokat az eljárás alá vont tette közzé. Az eljáró versenytanács rámutat, hogy a Harmadik állításcsoportba tartozó üzenetek kapcsán is úgy nyilatkozott a FOX CONSULTING, hogy *a konkrét reklám üzenetet a bemutatott orvosi ismeretek birtokában önállóan fogalmazza meg*.³⁰⁴
369. A fentiek kapcsán az eljáró versenytanács rámutat továbbá, hogy a franchise szerződés
- [Üzleti titok]
 - [Üzleti titok]
 - [Üzleti titok]
370. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a fenti nyilatkozatok és információk arra engednek következtetni, hogy a FOX CONSULTING központi befolyással bír a franchise hálózat által közzétett kereskedelmi kommunikációra, annak ellenére is, hogy partnerei a franchise szerződésben – az üzleti modellnek megfelelően – bizonyos értelemben függetlenséggel bírnak az értékesítési- és reklámtevékenységüket illetően. Az eljáró versenytanács rámutat, hogy az összegyűjtött kommunikációkból (ld. pl. a „Miért jó szolizni?” tematikájú Facebook posztokat) az tűnik ki, hogy egységességre törekvés érvényesül a hálózat reklámtevékenységében.
371. E körben az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy álláspontja szerint – a fentiekre tekintettel – ellentmondásos az eljárás alá vont azon nyilatkozata,³⁰⁵ miszerint nem rendelkezik információval a franchise partnere közösségi médiában (Facebook és influencer³⁰⁶) folytatott reklámtevékenységéről.
372. Az eljárás alá vont többször is hivatkozott a franchise szerződés 21. pontjának következő rendelkezésére: [Üzleti titok]
373. Az eljáró versenytanács szerint a közzétett jogsértő kommunikációk létéből az következtethető, hogy az eljárás alá vont franchisor nem követi figyelemmel partnereinek kereskedelmi kommunikációját és így nem szerez érvényt a franchise szerződés fenti rendelkezésének. Az eljáró versenytanács szerint ezt alátámasztja az, hogy az eljárás alá vont a vizsgált időszakban egy partnerrel szemben sem élt a franchise szerződés 21. pontja szerinti [Üzleti titok].
374. Az eljáró versenytanács szerint a marketing hozzájárulások, amiket a FOX CONSULTING franchise partnereitől kapott, szintén azt támasztják alá, hogy az eljárás alá vont mint franchisor központi és meghatározó szereppel bír a kereskedelmi gyakorlat kialakításában.

³⁰¹ VJ/4-5/2019. 2. pont

³⁰² VJ/4-5/2019. 2. pont

³⁰³ VJ/4-5/2019. 14. pont

³⁰⁴ VJ/4-11/2019. 5. pont

³⁰⁵ VJ/4-21/2019. 2. pont

³⁰⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=vEIZN8HhWbg>

375. Az eljáró versenytanács rámutat, hogy az eljárás alá vont a franchise üzleti modell azon elemére (saját nevükben, saját javukra eljáró és reklámozó önálló jogalany partnerek hálózata) hivatkozva hárítja el felelősségét, amely egyben hozzájárul a FOX CONSULTING szolgáltatásának népszerűsítéséhez. Az eljáró versenytanács rámutat továbbá, hogy az eljárás alá vont érvelése figyelmen kívül hagyja az üzleti modell fenn bemutatott másik jellemzőjét, amely értelmében az egyébként önálló, saját nevükben és saját javukra eljáró jogalany partnereknek saját kereskedelmi kommunikációjukat a *franchisor által központilag kialakított megjelenési- és marketing koncepcióhoz, márkához kell igazítaniuk, azoknak kell megfelelniük.* Az eljáró versenytanács kiemeli, hogy az önállóság ellenére a fentiek alapján a FOX CONSULTING franchise partnereinek kereskedelmi kommunikációja nem térhet el alapjaiban a KiwiSun „bioszolárium” koncepciójától, nem lehet azzal szögesen ellentétes. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a FOX CONSULTINGnak, mint franchisornak és a KiwiSun márka, brand kiépítőjének felelősségi körébe tartozik annak felügyelete, hogy a szolgáltatást népszerűsítő kereskedelmi kommunikációk milyen üzenetet közvetítenek a fogyasztók felé.
376. Az eljáró versenytanács felhívja a figyelmet arra, hogy a fenti „központi tényező” hiányában a franchise nem értelmezhető, hiszen ezen üzleti modellnek egyaránt eleme a franchisor által kialakított egységes, központi (marketing) koncepció és az ezt a fogyasztók felé kommunikáló – a fenn bemutatott értelemben – önálló partnervállalkozások hálózata is.
377. Összegezve, az eljáró versenytanács szerint a fentiekre tekintettel megállapítható a FOX CONSULTING felelőssége a szolgáltatás franchise hálózaton keresztül történő népszerűsítése során közzétett kereskedelmi kommunikációkért.

VIII.5. Az eljáró versenytanács álláspontja a FOX CONSULTING egyéb fentebb nem értékelt előadásával kapcsolatban

378. Az eljárás alá vont hivatkozott arra, hogy a GVH számos alapvető jelentőségű garanciális szabályt megszegve járt el, a SCHEER véleményt kötelezően alkalmazandó aktusként kezeli, miközben az – a szakhatóság tájékoztatása szerint – a hazai szabályozásban nem jelenik meg, a tényállást a GVH nem tárta fel, az előzetes álláspont jogszabálysértő és megalapozatlan.
379. E körben előadta, hogy a GVH egyrészt megszegte az Alaptörvény XXIV. cikk (1) bekezdésének [„jó közigazgatáshoz” való jog], másrészt az Alaptörvény XXVIII. cikk (1) és (7) bekezdéseinek [tisztességes eljáráshoz való jog] rendelkezéseit, továbbá eljárása során nem tartotta be az az általános közigazgatási rendtartásról szóló 2016. évi CL. törvény Ákr. 2. § rendelkezéseiben [jogszerűség elve] foglaltakat sem.
380. Elsőként azt kívánja megjegyezni az eljáró versenytanács, hogy értelemszerűen kizárólag a konkrétan megjelölt garanciális szabálysértési kifogásokra tud érdemi előadást tenni, így arra, hogy a tényállást nem tárta fel, vagy hogy *lar pou lar* az előzetes álláspontja jogszabálysértő és megalapozatlan, annak okainak megjelölése nélkül nem tud nyilatkozni. Másodsorban a FOX CONSULTING előadásával szemben, hogy a SCHEER jelentést nem kötelező jogi aktusként értékelte, és nem erre alapozza határozatát, hanem kiegészítő bizonyítékként használta fel, ahogy az korábban is kifejtésre került az egészségügyi hatásállítások kapcsán.
381. Erre figyelemmel az eljáró versenytanács azért állapította meg az eljárás alá vont jogsértését, mert az Fttv. 14. §-a alapján nem tett eleget a bizonyítási kötelezettségének, nem igazolta azt, hogy a kereskedelmi gyakorlata során alkalmazott állítások, az állítások megtételekor valóságosak lettek volna.
382. E körben, amennyiben az eljárás alá vont szakhatóságként a Magyar Kereskedelmi Engedélyezési Hivatal Kereskedelmi és Piacfelügyeleti Hatóságára és tájékoztatásaként a

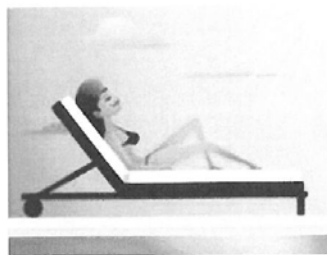
2019/3.1. számú a piac felügyeleti hírlevelére³⁰⁷ gondol akkor ennek a kapcsán az eljáró versenytanácsnak az az álláspontja, hogy az eljárás alá vont előadásával szemben a Piacfelügyeleti hírlevél nem mond ellent a SCHEER szakvéleményének, sőt arra hivatkozik és az ott szereplő állításokat szó szerint idézi, azzal, hogy külön kiemelten felhívja a figyelmet arra,

„Mivel nem határozható meg olyan UV-sugárzás és UV-dózis küszöbérték, amely alatt bőrrák biztosan nem alakul ki, ezért a 2006-os ajánlással ellentétben megállapítást nyert, hogy

**a szoláriumok által kibocsátott UV-sugárzásnak
nincs biztonságos határértéke.”**

³⁰⁷ https://mkeh.gov.hu/piacfelugyeleti_muszaki/hirlevel

383. Egyébként a teljességre törekedve a teljes hírlevél (1. oldal) az alábbiakat tartalmazza:



Piacfelügyeleti hírlevél

2019/3.1.

Tájékoztató a szoláriumok UV-sugárzásának
egészségre gyakorolt biológiai hatásairól

pontosítás

2019. november 5.

Az Európai Bizottság felkérésére **2006-ban** egy uniós tudományos testület jelentést készített a szoláriumok UV-sugárzásának emberi szervezetre gyakorolt biológiai hatásairól, és több ajánlást tett a káros hatások kockázatának csökkentésére. Az ajánlások közül a leglényegesebb, hogy **szoláriumozás közben legfeljebb a trópusi napsugárzásnak megfelelő sugárzás ($0,3 \text{ W/m}^2$ hatásos besugárzott felületi teljesítmény) érheti a bőrt**, mely ajánlást később harmonizált szabványba foglalták.

10 év elteltével, 2016-ban – szintén az Európai Bizottság felkérésére – az Egészségügyi, környezeti és veszélyes kockázatok tudományos bizottsága (Scientific Committee on Health, Environmental and Emerging Risks - SCHEER) **a legfrissebb rendelkezésre álló tudományos bizonyítékok alapján ismét áttekintette a szoláriumok által kibocsátott UV sugárzás egészségre gyakorolt biológiai hatásait**, a jelentés [itt](#) tölthető le angol nyelven.

A tudományos bizottság 2016. évi véleménye szerint:

Szilárd bizonyítékok vannak arra, hogy **az UV-sugárzásnak való kitettség** minden életkorban **bőrmelanómát és laphámrákot okozhat** (különösen akkor, ha a szolárium használat már fiatal korban elkezdődik) továbbá mérsékelt bizonyítékok vannak arra is, hogy az UV-kitettség az **alapsejt-karcinóma és a szemmelanóma kockázatát is növeli**.

A szolárium használatának kedvező hatásait (mint például a D-vitamin termelés) **felülmúlják a káros hatások**, továbbá a szervezet D-vitaminnal történő ellátásához nincs feltétlenül szükség szolárium berendezések használatára, mivel a D-vitamin bevitel alternatív forrásai könnyen hozzáférhetőek.

Mivel nem határozható meg olyan UV-sugárzás és UV-dózis küszöbérték, amely alatt bőrrák biztosan nem alakul ki, ezért a 2006-os ajánlással ellentétben megállapítást nyert, hogy

**a szoláriumok által kibocsátott UV-sugárzásnak
nincs biztonságos határértéke.**

Azonban ezek a tudományos megállapítások a jelenleg hatályos szabályozásban még nem jelentek meg, így a jelenleg érvényes szabályozás szerint a szolárium berendezések UV-sugárzásának a biztonságos határértéke $0,3 \text{ W/m}^2$ értékű.

Piacfelügyeleti Osztály

1124 Budapest, Németvölgyi út 37-39. – 1534 Budapest, Pf.: 919. – Telefon: +36 (1) 458-5568 – Fax: +36 (1) 458-5864
E-mail: pfo@bfkh.gov.hu – Honlap: www.kormanyhivatal.hu, www.mkeh.gov.hu

384. Tehát azonkívül, hogy a SCHEER jelentés megállapítása Magyarországon még nem jelent meg a hatályos jogszabályozásban a piacfelügyeleti hírlevél más megállapítást nem tesz, sem a SCHEER jelentésre, sem másra vonatkozóan, így az eljáró versenytanács számára érthetetlen, hogy miért hivatkozik a FOX CONSULTING ezen hírlevélre úgy, mint ami cáfolja akár a SCHEER, akár a WHO megállapításait.
385. Az eljárás alá vont hivatkozott a GVH VJ/131/2005/23. számú határozatának³⁰⁸ 17. pontjában³⁰⁹ szereplő megállapításra, azonban ennek kapcsán az eljáró versenytanács meg kívánja jegyezni, hogy ebben az ügyben az eljárás tárgya kizárólag a „bio” előtag használatára terjedt ki³¹⁰, azaz az eljárás során a GVH nem vizsgált olyan kereskedelmi gyakorlatot, amely a bio előtagot tartalmazó terméket egyéb az egészségre ható állításokkal együtt reklámozta volna. Azonban jelen esetben pont arról van szó, hogy a „bio” jelző olyan egészségre ható állításokkal együtt volt alkalmazva a szolgáltatás reklámozására, amelyek együttesen azt a látszatot keltették/kelthették a fogyasztókban, hogy a szolárium szolgáltatás kifejezetten jótékony hatással van az egészségre. Tette ezt úgy az eljárás alá vont, hogy az általa is ismert egészségügyi kockázatokra nem hívta fel a reklámokkal egyidőben a fogyasztók figyelmét.
386. A FOX CONSULTING előadása szerint a GVH azért kíván vele szemben jogsértést megállapítani, mert azt állította, hogy egészséges a szolgáltatása és ezzel a fogyasztókat megtévesztette; ezzel szemben az eljáró versenytanács azt állapította meg, hogy a kereskedelmi gyakorlata során alkalmazott állítások az egészségre vonatkoznak („fokozza az endorfin termelődését”, „segíti a kalcium beépülését”, „jobban mozognak az ízületek”, „immunrendszer erősítő”), a szolgáltatásának az egészségre gyakorolt pozitív hatásait mutatják be, amelyeket az eljárás alá vont nem igazolt, így pedig ilyen állításokat nem tehetett volna, azaz jogszabálysértően járt el.
387. Hivatkozott arra az eljárás alá vont, hogy a European Sunlight Association (ESA) Napfény és szolárium természetes és mesterséges UV-sugárzás című kiadványa kétségbe vonja a WHO és a SCHEER szoláriummal kapcsolatos megállapításait.
388. Ekörben az eljáró versenytanács fel kívánja hívni a figyelmet arra, hogy a hivatkozott kiadvány kiadója az ESA saját maga által is deklarálta³¹¹ a szolárium gyártók egyesülete,

³⁰⁸ https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2005/4001_hu_vj-131200523

³⁰⁹ 17. „Még ha a szóban forgó termékek jellegére tekintettel is (fogyasztásukat ésszerűen megelőzheti orvos vagy patikus véleményének kikérése) a fogyasztóban nem feltétlen tudatosult, hogy e jelző az elem felszívódására („bio-hasznosulás”) vonatkozik, azt az ésszerűen eljáró fogyasztó nem feltételezhette, hogy e termékek a biogazdálkodás, termesztés produktumai lennének. A versenytanács figyelembe vette azt is, hogy a termékeket több éve, ugyanilyen elnevezéssel forgalmazzák nemcsak Magyarországon, hanem az EU tagállamaiban és eddig még egyetlen hatósági eljárás sem indult a megtévesztésre való alkalmasság tárgyában.”

³¹⁰ Lásd határozat 1. pontját:

A Gazdasági Versenyhivatal eljárást indított annak vizsgálatára, hogy a PhN Kft. a Pharma Nord termékek nevében "Bio" előtag használatát, valamint a Gyermek-, Ifjúsági- és Sport Minisztérium hivatalos minősítésének feltüntetése az említett termékek csomagolóanyagán és termékkatalógusában megsértette-e a tisztességtelen piaci magatartás és versenykorlátozás tilalmáról szóló többször módosított 1996. évi LVII. törvény (továbbiakban mint Tptv.) III. fejezetének rendelkezéseit.

³¹¹ <http://europeansunlight.eu/about-us/> (letöltés: 2020. február 6.)

Who We Are

The European Sunlight Association a.s.b.l. (ESA) was originally established in 2002 to promote benefits of sunbed use and provide balanced information on the risks and benefits of UV light. Today ESA is recognised by all stakeholders as the representative European association for and the voice of the European indoor tanning industry.

Who We Represent

The European Sunlight Association (ESA) represents national indoor tanning associations and leading manufacturers of indoor tanning equipment. ESA currently has 22 members from 14 countries, of which 13 are

így saját maga is érdekelt abban, hogy a szolárium szolgáltatás előnyös színben kerüljön meghatározásra, így független szakértőként nem vehető figyelembe a véleménye.

389. Sőt az ESA tagja a Magyar Szolárium Egyesület³¹² is, aminek tagja a FOX CONSULTING és elnöke, az a K. P., aki a jelen eljárásban is a FOX CONSULTING-ot képviselte, és annak egyik tulajdonosa.
390. Hivatkozott arra is az eljárás alá vont, hogy diszkriminatív módon nem kívánja alkalmazni a figyelmeztetés jogintézményét vele szemben az eljáró versenytanács.
391. Ekörben az eljáró versenytanácsa a vonatkozó bírói gyakorlatra kívánja felhívni a figyelmet

*„az a tény, mely szerint a felperesek esetében a figyelmeztetés alkalmazásának kizártságára vonatkozó kritériumok nem teljesülnek, pusztán azzal a következménnyel jár, hogy a figyelmeztetés alkalmazásának lehetőségét az alperesnek mérlegelnie kell. Másképpen megfogalmazva, a Tptv. 78. § (9) bekezdésében rögzített kivételek e mérlegelési lehetőség kizárását jelentik. E szabályozás tehát **a döntés iránya tekintetében kötelezettséget nem ró az alperesre**, melynél fogva alaptalan az a felperesi állítás, mely szerint az alperes gyakorlatának is a figyelmeztetés alkalmazása felé kellene haladnia. A jogalkotói szándék a felperesek állításával szemben a Kkv. törvény szabályozásával szemben éppen az, hogy bizonyos esetekben mérlegelést nem tűrő módon ne legyen helye figyelmeztetés alkalmazásának, minden más esetben pedig az **alperes legyen jogosult eldönteni, hogy az adott jogsértés kapcsán a figyelmeztetés alkalmazásával az Fttv. szerinti törvényi célok elérése megvalósulhat-e**. Mivel pedig a Tptv. mérlegelési szempontokat nem ír elő, ezért irreleváns az a felperesi hivatkozás,*

EU countries. Through its national associations and individual company membership, ESA represents most indoor tanning facilities, manufacturers and distributors of indoor tanning equipment in Europe.

Indoor tanning facilities are mostly privately-owned small and medium-sized enterprises, which play a strong role in their local economy. The association represents some 20,000 indoor tanning facilities with approximately 120,000 sunbeds in use, employing nearly 100,000 people in Europe. The annual turnover of the indoor tanning industry (manufacturers, dealers and studios) is about 2.1 billion Euros. *Note: The above numbers do not include businesses that provide indoor tanning as an additional service such as fitness studios, hairdressers, beauticians etc.*

Our Industry Commitment

We, the voice of the European indoor tanning industry, pledge to:

- Maintain constructive dialogue with the EU and Member State national authorities on policy, standards, and implementation.
- Collaborate on safety standards across the value chain to ensure the highest possible level of customer safety.
- Systematically trigger an operator's exclusion from national and European professional associations if they fail to abide by the standards.
- Work towards wide scale implementation of the new European Standard on training & service provision and ensure informed advice to customers on sunbed use and exposure schedule.
- Continue to support and promote research on the effects of UV radiation.
- Invest in innovative and safe tanning solutions.

We ask the EU and Member State governments for:

- Effective, comprehensive and consistent market surveillance to verify compliance with existing legislation and standards, to complement the measures already taken by the industry.
- Acknowledgement of the initiatives taken by the industry and support for the implementation of the new European Standard on training & service provision, with a view to making it mandatory.
- A balanced approach to sunbed use, looking both at the risks and benefits of UV radiation, especially given a growing awareness of the risks associated with Vitamin D deficiency.

³¹² <https://www.szolariumegyesulet.hu/>
https://www.szolariumegyesulet.hu/v/12197_0/tagok

*mely szerint a mérlegelt szempontok nem kötődnek a figyelmeztetés jogintézményének szabályozásához.*³¹³

*„míg a Kkv. törvény a kis- és középvállalkozásnak minősülő vállalkozások esetében kógens, mérlegelést nem tűrő rendelkezésként írja elő az első jogsértés alkalmával a bírság kiszabása helyett a figyelmeztetés alkalmazását, addig a Tptv. [78. § (8) bekezdése] a figyelmeztetés alkalmazásáról való döntést az eljáró hatóság mérlegelési jogkörébe utalja. (...).”*³¹⁴

392. Tehát az eljáró versenytanács a fenti bírói gyakorlat által is megerősítetten nem diszkriminatív módon jár el, hanem diszkrecionális jogkörében eljárva, mérlegelés után akként döntött, hogy jelent esetben az Fttv. szerinti törvényi célok elérése figyelmeztetés alkalmazásával nem valósulhatnak meg.
393. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint **önmagában a bio elnevezés is egészségre ható állításnak minősülhet**, azonban más egészségre ható állításokkal együttesen alkalmazva már minden kétséget kizáróan megvalósul az.
394. Ugyanis a bio kifejezést, továbbá a bio jelzőt az e területen átlagos ismeretekkel bíró fogyasztó **pozitív többletjelentéssel ruházza fel, és az így megjelölt szolgáltatásról kedvező képet alkot, mert ez a kifejezések a fogyasztó számára azt az üzenetet közvetítik, hogy a termék kedvező hatást gyakorol a szervezetre.**
395. Ennek oka, hogy ugyan a bio kifejezés a termékek (kivéve az élelmiszereket) és a szolgáltatások esetében nincsen definiálva, azonban az átlagfogyasztó számára a kifejezés ismerősen cseng, mert gyakran elhangzik a kifejezés a televízióban, vagy szerepel az interneten, újságokban az egészséges életmóddal kontextusban, ezzel erősítve az átlagfogyasztóban kialakuló egészségre gyakorolt kedvező hatás képzetét.
396. Emellett a bio jelzővel ellátott élelmiszerek útján a fogyasztókban az a kép alakult ki, hogy a bio élelmiszerek egészségesebbek a nem bio élelmiszereknél, mivel azokat nem kezelik vegyszerekkel, vagy egyéb mesterséges úton nem avatkoznak be azok termesztésébe, emiatt pedig előnyben részesíthetik azokat a drasztikusabb beavatkozást jelentő vegyszerrel, vagy egyéb mesterséges úton kezelt élelmiszereknél. A bio szó ez a pozitív jelentéstartalma az élelmiszereken keresztül meggyökeresedett a fogyasztói percepcióban, így ha azt más termékek vagy szolgáltatások esetében, pláne ha más pozitív egészségre ható állításokkal együtt alkalmazzák, akkor egészségre ható állítás tartalommal bír.
397. Az eljárás alá vont állításával ellentétben az SzTNH, a hatáskörének nyilvánvaló hiányán túl, azért sem vizsgálhatta a jelen ügy tárgyát képező kereskedelmi gyakorlatot, mert arra a védjegy bejegyzése iránti kérelem benyújtását követően került sor, így az SzTNH kizárólag a szóvédjegy és az ábrás védjegyek esetleges megtevesztő voltát vizsgálta, magát a kereskedelmi gyakorlatot nem.

VIII.6. Az eljárás alá vont kötelezettségvállalásainak³¹⁵ értékelése

398. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a jelen ügyben vizsgált állítások vonatkozásában előzetesen megállapítható, hogy a szoláriummal, mint igazolt, európai uniós szintű háttéranyagokban is kommunikált potenciális bőrkárosító hatással járó szolgáltatással kapcsolatosan jelennek meg egészségesre nézve kedvező hatásokra és

³¹³Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság, mint elsőfokú bíróság; 13.K.30.082/2017/15. számú ítéletének 9. oldala, ezen ítéletet a Fővárosi Törvényszék 10.Kf.650.002/2018/6. ítélete hagyta jogerősen helyben. (VJ/98-53/2015. számú határozat bírósági felülvizsgálata)

³¹⁴Vj/65/2016; FT 13.K.700.112/2018/13. 8-9. o

³¹⁵Lásd jelen határozat VI:4. fejezetét

piacelsőségi állításokra való utalások. Az eljáró versenytanács szerint részben a vizsgált állítások ezen jellege, részben a kötelezettségvállalás következőkben értékelt tartalmi jellemzői miatt a jogi minősítéshez – a megtévesztés megállapítása – fűződő közérdek előrébb való a kötelezettségvállalás esetleges előnyeinél.

399. Az eljárás alá vont vállalásai az alábbiak szerint csoportosíthatóak:

- I. Egyes piacelsőségi állítások alkalmazásának megszüntetése,
- II. Egyes hatásokkal kapcsolatos állítások alkalmazásának megszüntetése
- III. Egyes hatásokkal kapcsolatos állítások kiegészítése
- IV. Általános, tudatos szolárium használatot propagáló edukációs kampány. A „bio” megjelölés helyes használatával kapcsolatos edukációs kampány
- V. Hivatkozás az eljárás alá vont védjegyjogosultságára a VJ/4/2019. ügyindító végzés Első állításcsoportjába tartozó állítások mellett

400. Az eljáró versenytanács az I-III. pontok kapcsán rámutat, hogy önmagában a vizsgált állítások használatával történő felhagyás olyan körülmény, amely nem elégséges eleme a kötelezettségvállalás elfogadásának. Ezen túl, az állítások kiegészítése sem tekinthető olyan intézkedésnek, amely megoldást nyújtana a valószínűsített problémákra, figyelemmel arra, hogy ezek az intézkedések általában sem haladják meg a jogkövetés szintjét. Az eljáró versenytanács szerint az állítások kiegészítése nem szünteti meg a kommunikáció megtévesztő jellegét, figyelemmel a fogyasztói asszociáció lehetőségére és a vizsgált állítások összhatására. (Közlemény 17-18. pontjai)

401. A IV. pont esetében az eljáró versenytanács szerint kétséges, hogy bármely edukációs törekvés elfogadható lenne jelen esetben. Részben az edukációs tartalom meghatározásának nehézségei miatt, részben tekintettel arra, hogy az edukáció nem kezeli a vizsgált magatartásokat. Az eljáró versenytanács szerint a „bio” szó helyes használatával, valamint a D-vitamin forrásaival és hatásaival, a tudatos szoláriumozással kapcsolatos edukáció ellenére is valószínűsíthető, hogy a szoláriumozás iránt érdeklődő fogyasztók továbbra is egy elismerten potenciálisan egészségkárosító szolgáltatást fognak igénybe venni, így megkérdőjelezhető, mennyiben valósul meg a racionális fogyasztói magatartás irányába történő orientáció. Mindazonáltal, figyelemmel az eljárás alá vont releváns nyilatkozataira, az edukáció nem kezeli jelen esetben a megtévesztő magatartást, mivel a fogyasztó előtt továbbra sem válik egyértelművé, hogy a „bioszolárium” koncepció egy fantáziánévre épül fel. Az eljáró versenytanács rámutat, hogy egyébiránt a jelen eljárástól függetlenül is elvárás, hogy a szolgáltatást nyújtó vállalkozás figyelmeztesse a fogyasztókat a szolgáltatás esetleges veszélyeire. (Közlemény 17. pont, 19. d) pont)

402. Az V. pont kapcsán az eljáró versenytanács szerint nem zárható ki, hogy ez az intézkedés rontaná a fogyasztók tájékozott ügyleti döntéshez szükséges informáltságát, mivel mintegy minősítő jelzésként erősíthetné a szolgáltatás egészséges, nem káros jellegébe vetett bizalmat a fogyasztókban. A védjegyoltalom feltüntetése nem tájékoztatná a fogyasztókat arról, hogy a bioszolárium egy fantáziánév, így arról sem, hogy az elnevezés a szalon természetközelséget imitálni szándékozó kialakítására, illetve ehhez kötődő egyes szolgáltatásokra utal. Ezek miatt – különös tekintettel a védjegyek megkülönböztető jellegére és funkciójára is – a vállalás nem kínál megoldást ténylegesen a GVH által azonosított versenyaggály orvoslására. E vállalás nem tekinthető olyan intézkedésnek sem, amely azt eredményezhetné, hogy a teljesítést követően – előre tekintő jelleggel – már ne lehessen a jogsértést megvalósító magatartást valószínűsíteni. (Közlemény 17. pont, 19. d) pont)

403. Összegezve, az eljáró versenytanács szerint az eljárás alá vont vállalásai a Közlemény lefektette kritériumokra tekintettel nem tekinthetőek a jelen ügyben elfogadhatónak.

IX. Jogkövetkezmények

IX.1. Jogkövetkezmények

404. Az eljáró versenytanács a Tpv. 76. § (1) bekezdés o) pontja alapján megállapítja, hogy nem jogsértő az eljárás alá vont által alkalmazott „UV mentes” állítás.
405. Az eljáró versenytanács a Tpv. 76. § (1) bekezdésének f) pontja alapján megállapítja, hogy a FOX CONSULTING 2016. január 1-től a KiwiSun franchise hálózat „bioszolárium” szolgáltatás népszerűsítésére alkalmazott kereskedelmi gyakorlat során megtévesztette a fogyasztókat, mivel
- a „zöld bio”, „bio” és a „természet erejével” típusú állítások esetén nem kommunikálta, hogy ezalatt mit ért, és így az önmagában is, de különösen más egészségre ható állításokkal együtt igazolatlan egészségre ható állításnak minősül,
 - a „speciális fény”, a „világon egyedülálló technológia” és az „egész Európában piacvezető újdonság” típusú állításokkal igazolatlan piacelsőségi állítást tett,
 - a „fokozza az endorfin termelődését”, „segíti a kalcium beépülését”, „jobban mozognak az ízületek”, „immunrendszer erősítő” típusú állításokkal igazolatlan egészségre ható állítást tett.
406. A FOX CONSULTING ezzel megvalósította az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontjában foglalt tényállást, és ezzel megsértve az Fttv. 3. § (1) bekezdését.
407. A jogsértés megállapításán túlmenően az eljáró versenytanács a Tpv. 76. § (1) bekezdésének h) pontja alapján eltiltotta a FOX CONSULTING-et fenti jogsértő kereskedelmi kommunikáció további folytatásától, amely eltiltásnak akkor felel meg az eljárás alá vont, ha a jelen határozat kézhezvételét követő 60 napon belül hitelt érdemlően igazolja az eljáró versenytanács felé, hogy a kifogásolt gyakorlatot mikor és hogyan módosította.
408. Az eljáró versenytanács ismét³¹⁶ utal arra, hogy ez nem azt jelenti, hogy az eljárás alá vontat eltiltaná a védjegyhasználatától, hanem azt, hogy a védjegyeit nem használhatja fel arra, hogy igazolatlan egészségre ható állításokat kommunikáljon vele a fogyasztók felé.
409. A Fox Consulting azon előadásával szemben, hogy a jogsértőnek vélelmezett kereskedelmi gyakorlatot, állításokat már nem folytatja, az eljáró versenytanács rá kíván mutatni arra, hogy azok jelenleg is szerepelnek pl. a vállalkozás honlapján³¹⁷ vagy a Youtube csatornáján³¹⁸.
410. Figyelemmel továbbá a jogsértés jellegére, súlyára és az érintett piacra, az eljáró versenytanács a jogsértés megállapításán túlmenően a Tpv. 76. § (1) bekezdés k) pontja és a Tpv. 78. § (1) bekezdés a) pontja alapján bírságot is indokoltnak tartott kiszabni az eljárás alá vont vállalkozással szemben.
411. A Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének a fogyasztóvédelmi típusú ügyekben kiszabott bírság meghatározásának szempontjairól szóló, 12/2017. számú közleménye³¹⁹ (a továbbiakban: Bírságközlemény) részletezi azokat a szempontokat, amelyek alapján a Gazdasági Versenyhivatal meghatározza az Fttv. és a Tpv. III. fejezete, illetve valamennyi, az Fttv. eljárási szabályaira visszautaló, ezen szabályokra tekintettel alkalmazandó és a Gazdasági

³¹⁶ Lásd 314. pontot.

³¹⁷ <https://www.kiwisun.hu/miert-a-kiwisun.html> letöltés: 2020. február 6.

³¹⁸ <https://www.youtube.com/user/kiwisunhu>

³¹⁹ A közleményt a Gazdasági Versenyhivatal azon eljárásokban alkalmazza, amelyekben a Tpv. 73. §-a szerinti előzetes álláspont a közlemény közzétételekor, azaz 2017. december 21-én még nem került az eljárás alá vontaknak megküldésre.

Versenyhivatal hatáskörébe tartozó – fogyasztók és üzletfelek tisztességes tájékoztatását szabályozó – jogszabályi rendelkezések megsértése miatt indított ügyekben kiszabott versenyfelügyeleti bírság mértékét.

412. A Tptv. 78. § (3) bekezdése értelmében a bírság összegét az eset összes körülményeire – így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a jogsértő magatartás ismételt tanúsítására, gyakoriságára – tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a végső üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.
413. A versenyfelügyeleti bírság kiszabásának célja az, hogy a vállalkozásokat visszatartsa a tisztességtelen magatartástól, és egyúttal megteremtse a gazdasági verseny tisztességét. A bírság összegének megállapítása során a GVH ezért szem előtt tartja, hogy a bírság kiszabásának célja az egyedi és általános elrettentés is, így a bírság összegének alkalmasnak kell lennie arra, hogy a vállalkozás számára a jogsértő magatartásért megfelelő büntetést helyezzen kilátásba, ami a jogsértés gazdasági jelentőségét is kifejező szankció alkalmazását teszi szükségessé.
414. Emellett a bírság összegének ösztönöznie kell azt is, hogy mind az adott vállalkozást, mind pedig a hasonló helyzetben lévő vállalkozásokat visszatartsa a (további) jogsértések elkövetésétől, egyben megerősítse a jogkövető vállalkozásokat abban, hogy a tisztességes üzleti magatartás a helyénvaló. Ez a cél pedig csak olyan mértékű bírsággal valósítható meg, amely a versenyjogsértést megvalósító vállalkozásnak arányos, de érezhető megterhelést jelentő anyagi hátrányt okoz.
415. A Bírságközlemény 11. pontja értelmében a GVH fontosnak tekinti a magatartással arányos bírság követelményét is, amely oly módon érvényesül, hogy a Bírságközlemény alapján kiszabott bírság az adott vállalkozás által elkövetett jogsértés súlyához, valamint a feltárt enyhítő és súlyosító körülményekhez igazodik, és nem az adott jogsértésben esetleg résztvevő többi vállalkozásra kiszabott bírsághoz.
416. A Bírságközlemény 13. pontja értelmében a fenti célokra is figyelemmel a kiszabandó bírság összegének a meghatározása alapvetően öt, egymást követő lépésben történik. Az eljáró versenytanács először meghatározza a bírság kiinduló összegét, majd az adott ügyben figyelembeveendő, a jogsértés súlyát, hatását enyhítő és súlyosító körülmények mérlegelésével meghatározza a bírság alapösszegét, ezt követően – amennyiben indokolt – az esetleges korrekciós tényezőkre tekintettel megváltoztatja az alapösszeget, majd figyelemmel van a vállalkozások együttműködésére, végül pedig mérlegeli az esetleges fizetési nehézségekre tekintettel alkalmazható könnyítéseket.
417. A Bírságközlemény értelmében kereskedelmi gyakorlat esetében jellemzően a kereskedelmi gyakorlat költségéből indul ki a Versenytanács.
418. Az eljáró versenytanács a bírság kiinduló összegének meghatározása során a Bírságközlemény III. fejezete alapján eljárva a jogsértő kereskedelmi kommunikáció nettó költségét, mint főszabályt vette figyelembe jelen ügyben, mert nem azonosított olyan körülményt,³²⁰ mely miatt a kommunikációs költség összege ne adna megfelelő viszonyítási alapot. A FOX CONSULTING-nak a jogsértő kereskedelmi gyakorlatra vonatkozó kereskedelmi kommunikációval kapcsolatos költség összesen nettó 4.146.000,- Ft volt,³²¹ mely tehát a bírság kiinduló összegeként szolgál.
419. A Bírságközlemény 23-24. pontja alapján a kiinduló összeg fentiek szerinti meghatározását követően kerül sor az alapösszeg kiszámítására, amely a jogsértés súlyát, hatását és a

³²⁰ Például a Bírságközlemény 19. pontjában hivatkozott esetek: a jogsértés jellege folytán a kommunikációs költség irreleváns, a kereskedelmi gyakorlat jellegére tekintettel nincs érdemi kommunikációs költség, a költségek nem tükrözik a kommunikáció hatásosságát, hatékonyságát, stb.

³²¹ Az összköltség részletes kiszámításával kapcsolatban lásd a határozat mellékletét

vállalkozás jogsértéshez való viszonyulását kifejező súlyosító és enyhítő körülmények figyelembevételére ad lehetőséget. Kis jelentőségű súlyosító körülmény a bírság kiinduló összegét 0-5% közötti mértékben, közepes jelentőségű 5-15%-kal, míg a kiemelt jelentőségű 15-25%-kal növeli. Hasonlóképpen, a kis jelentőségű enyhítő körülmény a bírság kiinduló összegét 0-5% közötti mértékben, a közepes jelentőségű 5-15%-kal, míg a kiemelt jelentőségű 15-25%-kal csökkenti.

420. Az eljáró versenytanács kiemelt súlyosító körülményként értékelte az alábbiakat:
- a vizsgált kereskedelmi gyakorlat intenzitása körében azt, hogy huzamosabb ideig tartott és jelenleg is folyamatban van (Bírságközlemény 34. pontja),
 - a kereskedelmi gyakorlat üzenete erőteljes (Bírságközlemény 34. pontja),
 - a kereskedelmi gyakorlat hatása elhúzódott (márkaépítéssel kapcsolatos hatás, image-hatás) (Bírságközlemény 34. pontja),
 - a jogsértő kereskedelmi gyakorlat bizalmi jellemzőt (egészségre való hatás) is érint (Bírságközlemény 29-30. pontjai),
421. Az eljáró versenytanács enyhítő körülményt nem azonosított. Az alapösszeg meghatározását követően került sor a Bírságközlemény értelmében
- a) a jogsértés esetleges ismétlődésének,
 - b) a jogsértéssel elért előnynek,
 - c) az elrettentő hatásnak, és
 - d) a Tptv. 78. §-ában meghatározott bírság maximumának a figyelembe vételére.
422. A versenytanácsi gyakorlat értelmében súlyosabb szankció alkalmazandó az ismétlődő jogsértések esetén. Ekörben az eljáró versenytanács megállapította, hogy a FOX CONSULTING ellen korábban nem folyt versenyfelügyeleti eljárás.
423. Az eljáró versenytanács a jelen ügyben jogsértéssel elért – a bírság körében egyértelműen figyelembe vehető – előnyt nem azonosított, illetve nem tartotta indokoltnak a tervezett bírságösszegre figyelemmel az elrettentő hatás önálló figyelembevételét sem.
424. A bírságösszeg utolsó lépésének meghatározásaként az eljáró versenytanács utalni kíván arra, hogy a Tptv. 78. § (1b) bekezdése alapján a bírság összege legfeljebb a vállalkozás utolsó üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet. A FOX CONSULTING nettó értékesítési árbevétele 2018-ban 195.592.000 Ft volt.

X. Egyéb kérdések

X.1. Vizsgálati kifogás

425. A FOX CONSULTING a VJ/4-28/2019. számú beadványában olyan nyilatkozatokat nyújtott be, amelyeket az eljáró versenytanács a Tptv. 81. § szerinti vizsgálati kifogásként értékel.
426. Az eljárás alá vont előadta, hogy nem érti - az Ákr. rendelkezési alapján - mi indokolja, hogy a GVH gyakorlatilag kétheti rendszerességgel tesz fel a FOX CONSULTING-nak kérdéseket, amikor az eljárás már több szakaszban, közel egy éve már folyamatban van vele szemben. Az eljárás alá vont továbbá nem érti mi az eljárásjogi indoka a felvilágosítás kérésekre vonatkozó végzések részenként történő kibocsátásának. Az eljárás alá vont álláspontja szerint a felvilágosítás kérésekre vonatkozó végzések részenként történő kibocsátása az eljárás szükségtelen elhúzódását eredményezik. Előadta, hogy a GVH nem adta indokolását annak, miért nem egyszerre teszi fel az eljárás szempontjából releváns kérdéseket, mi az indoka a felvilágosítás kérésekre vonatkozó végzések részenként történő kibocsátásának.³²²

³²² VJ/4-28/2019. „Egyéb nyilatkozatunk az eljárással kapcsolatban” című rész

427. A FOX CONSULTING nyilatkozata szerint a vizsgálat elhúzódása már nagyon megnehezíti a FOX CONSULTING működését és a franchise hálózat fenntarthatóságát veszélyezteti.³²³ Az eljárás alá vont előadta, hogy franchise partnerei nagyon várják már a GVH eljárás lezárultát, mert ez a helyzet elbizonytalanítja őket.³²⁴
428. Az eljárás alá vont kifogásolta, hogy jelen eljárásban eddig több mint 10 alkalommal került sor felvilágosítás kérésre a GVH részéről.³²⁵
429. A FOX CONSULTING álláspontja szerint az eljárásban sérülnek az Ákr. 2.§, 4.§ és 5.§ pontban foglalt alapelvi rendelkezések. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint a fenti alapelvi rendelkezések alapján a GVH-nak megkülönböztetés nélkül, ésszerű határidőn belül úgy kell az eljárást lefolytatnia, hogy az a lehető leggyorsabban lezárható legyen. A FOX CONSULTING előadta, hogy a hatósági eljárás elhúzódása miatti bizonytalanság az egész franchise hálózat működését veszélyezteti, mert az eljárás alá vont együttműködési kötelezettsége és a fogyasztói érdekeket mindenekelőtt figyelembe véve, reklám tevékenységét a kifogásolt állítások vonatkozásában beszüntette.³²⁶
430. A FOX CONSULTING álláspontja szerint a versenyfelügyeleti eljárás elhúzódását a Sun System Kft. versenytárs, a Tpv. 2. § és 3. §-ba ütköző módon kihasználja az eljárás alá vonttal szemben a következő módon. Az eljárás alá vont előadta, hogy a versenytárs partnertalálkozóján a FOX CONSULTING nyilatkozata szerint azt a tényállítást tette franchise partnerei és vevői felé, mely szerint a FOX CONSULTING magatartását a GVH megtévesztőnek tartja. Továbbá, az eljárás alá vont álláspontja szerint a versenytárs burkolt összehasonlító reklámoknak minősíthető rádiós kommunikációkat tesz közzé.³²⁷ A FOX CONSULTING nyilatkozata szerint a jelen versenyfelügyeleti eljárás elhúzódása a fentiek miatt konkrét gazdasági károkat okoz az eljárás alá vontnak, tekintettel arra, hogy álláspontja szerint a konkurencia jogszabálysértő módon visszaél a kialakult helyzettel.³²⁸ Az eljárás alá vont a fentiekre tekintettel kérte a GVH-t, hogy a konkrét ügyben az ügyintézési határidőről, annak jelenlegi tartamáról tájékoztassa, valamint, hogy az eljárást a jogszabály adta lehetőségeken belül mielőbb fejezze be.³²⁹
431. Az eljáró versenytanács rámutat, hogy a Tpv. -nek a tényállás tisztázására vonatkozó rendelkezései (64/A. § - 65/D. §) nem írnak elő indokolási kötelezettséget a GVH számára azzal kapcsolatban, milyen időközönként vagy gyakorisággal szólítja fel az ügyfelet adatszolgáltatásra. Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a versenyfelügyeleti eljárás során a tényállás feltárásához releváns adatok összegyűjtése és feldolgozása *folyamatosan* történik. Az eljáró versenytanács rámutat továbbá, hogy egyetlen időpontban nem lehet meghatározni a versenyfelügyeleti eljárás tényállásának feltárásához szükséges minden adatot és információt, illetve megítélni azt, milyen adatok beszerzése szükséges az eljárás alá vonttól.
432. Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy az eljárás alá vont nem nyilatkozott érdemben azzal kapcsolatban, hogy jelen eljárásban a vizsgálati szak során miért és hogyan sérültek az Ákr. 2. § (jogszerűség elve), 4. § (hatékonyság elve) és 5. §.-ában (az ügyfélre vonatkozó alapelvek) foglalt alapelvi rendelkezések.
433. Az eljárás alá vont versenytársának magatartásával kapcsolatos nyilatkozata kapcsán az eljáró versenytanács rámutat, hogy a kifogásolt magatartást a GVH a B/580/2019. számú bejelentés alapján folytatott eljárásban kezelte.

³²³ VJ/4-28/2019. „Egyéb nyilatkozatunk az eljárással kapcsolatban” című rész

³²⁴ VJ/4-28/2019. „Egyéb nyilatkozatunk az eljárással kapcsolatban” című rész

³²⁵ VJ/4-28/2019. „Egyéb nyilatkozatunk az eljárással kapcsolatban” című rész

³²⁶ VJ/4-28/2019. „Egyéb nyilatkozatunk az eljárással kapcsolatban” című rész

³²⁷ VJ/4-28/2019. „Egyéb nyilatkozatunk az eljárással kapcsolatban” című rész

³²⁸ VJ/4-28/2019. „Egyéb nyilatkozatunk az eljárással kapcsolatban” című rész

³²⁹ VJ/4-28/2019. „Egyéb nyilatkozatunk az eljárással kapcsolatban” című rész

434. Ezért az eljáró versenytanács álláspontja szerint a jogszabályi keretek között, törvényi határidőn belül folytatta le a vizsgálatot a GVH.
435. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a vizsgálat a versenyfelügyeleti eljárások során szokásos adatkéréseket küldött az eljárás alá vont részére az ügyindító végzésben foglalt tényállás tisztázása céljából. Ezek kapcsán további tisztázó, valamint részletező adatkéréseket küldött az eljárás alá vont részére a kereskedelmi kommunikáció, valamint a vizsgált tényállás indokolt mértékben részletes feltárása céljából.
436. A fentiek alapján az eljáró versenytanács álláspontja szerint a vizsgálati kifogás nem megalapozott, így azt figyelmen kívül hagyta.

X.2. Eljárási kérdések

437. A bírságnak a GVH 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételei számlája javára történő befizetések a közlemény rovatban feltüntetendő az eljárás alá vont neve, a versenyfelügyeleti eljárás száma, a befizetés jogcíme (versenyfelügyeleti bírság).
438. A Tptv. 80/I. § szerint a jogorvoslatra az adott fejezetben nem szabályozott kérdésekben az Ákr. rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni. Az Ákr. 112. §-a szerint a hatóság határozata ellen önálló jogorvoslatnak van helye, a 113. § (1) bekezdése szerint a közigazgatási per kérelemre induló jogorvoslati eljárás. A 114. § (1) bekezdése szerint az ügyfél - az önálló fellebbezéssel nem támadható végzések kivételével - a véglegessé vált döntés ellen közigazgatási pert indíthat.
439. A közigazgatási perrendtartásról szóló 2017. évi I. törvény (a továbbiakban: Kp.) 157. §-ának (7) bekezdése szerint, ha jogszabály bírósági felülvizsgálatot tesz lehetővé, azon 2018. január 1-jétől közigazgatási pert kell érteni. A közigazgatási per szabályait a Kp. határozza meg.
440. A Kp. 29. §-ának (1) bekezdése az elektronikus kapcsolattartásra a polgári perrendtartás szabályait rendeli megfelelően alkalmazni. A polgári perrendtartásról szóló 2016. évi CXXX. törvény 608. §-ának (1) bekezdése szerint az elektronikus ügyintézés és a bizalmi szolgáltatások általános szabályairól szóló 2015. évi CCXXII. törvény (a továbbiakban: E-ügyintézési tv.) alapján elektronikus úton történő kapcsolattartásra kötelezett minden beadványt kizárólag elektronikusan - az E-ügyintézési tv.-ben és végrehajtási rendeleteiben meghatározott módon - nyújthat be a bírósághoz.
441. Az E-ügyintézési tv. 9. §-ának (1) bekezdése alapján elektronikus ügyintézésre köteles az államigazgatási szerv feladat- és hatáskörébe tartozó ügyben ügyfélként eljáró gazdálkodó szervezet és annak jogi képviselője.
442. A Kp. 39. § (1) bekezdése szerint a keresetlevelet - ha törvény eltérően nem rendelkezik - a vitatott közigazgatási cselekmény közlésétől számított harminc napon belül kell a vitatott cselekményt megvalósító közigazgatási szervhez benyújtani.
443. A Kp. 39. §-ának (6) bekezdése szerint – ha törvény eltérően nem rendelkezik – a keresetlevél benyújtásának a közigazgatási cselekmény hatályosulására halasztó hatálya nincs. Ugyanakkor a Kp. 50. §-a szabályozza az azonnali jogvédelem iránti kérelmet az alábbiak szerint. Akinek jogát, jogos érdekét a közigazgatási tevékenység vagy az azzal előidézett helyzet fenntartása sérti, a közvetlenül fenyegető hátrány elhárítása, illetve a jogvitára okot adó állapot változatlan fenntartása érdekében a perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező bíróságtól az eljárás során bármikor azonnali jogvédelmet kérhet. Azonnali jogvédelem keretében kérhető a halasztó hatály elrendelése is. A kérelem benyújtható a keresetlevéllel együtt is. Ha nem a keresetlevéllel együtt nyújtják be, a kérelmet a bírósághoz kell benyújtani. A kérelemben részletesen meg kell jelölni azokat az indokokat, amelyek az azonnali jogvédelem szükségességét megalapozzák, és az ezek igazolására szolgáló okiratokat csatolni kell. A kérelmet megalapozó tényeket valószínűsíteni kell.

444. A Tpvt. XII/A. fejezete rendelkezik a Gazdasági Versenyhivatal döntésének végrehajtásáról. A Tpvt. 84/A. § alapján a végrehajtásra a fejezetben nem szabályozott kérdésekben az Ákr. rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni.
445. A Tpvt. 84/C. § értelmében ha a kötelezett pénzfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget, illetve az állam által előlegezett költség után a megelőlegezés időtartamára az adózás rendjéről szóló törvény szerinti késedelmi pótlékkal azonos módon számított mértékű késedelmi pótlékot fizet.
446. A Tpvt. 84/B. § (1) bekezdés értelmében az eljáró versenytanács a döntésében előírt meghatározott cselekmény elvégzésére, meghatározott magatartás tanúsítására vagy attól való tartózkodásra vonatkozó kötelezettség (a továbbiakban együtt: meghatározott cselekmény) végrehajtásának elrendelésével egyidejűleg - ha a meghatározott cselekmény teljesítése más végrehajtási módon keresztül hatékonyan nem biztosítható - végrehajtási bírságot szab ki.
447. Az Ákr. 133. §-a értelmében a végrehajtást - ha törvény vagy kormányrendelet másként nem rendelkezik - a döntést hozó hatóság, másodfokú döntés esetén pedig az elsőfokú hatóság rendeli el. Az Ákr. 134. §-a értelmében a végrehajtást - ha törvény, kormányrendelet vagy önkormányzati hatósági ügyben helyi önkormányzat rendelete másként nem rendelkezik - az állami adóhatóság foganatósítja.

Budapest, 2020. február 21.

dr. Köhalmi Attila s.k.
előadó versenytanácsstag

dr. Szoboszlai Izabella s.k.
versenytanácsstag

dr. Gál Gábor s.k.
versenytanácsstag



1. Kereskedelmi kommunikációk

Az eljárás alá vont által alkalmazott kereskedelmi kommunikációt az alábbi táblázatok tartalmazzák.

Állítás / Kommunikáció szövege	Kommunikációs eszköz	Megjelenés helye	Megjelenés száma	Megjelenés időpontja	Költség	Jogsértő/Nem jogsértő [Fttv. 6. § (1) bek. b) pont]
Most akár 1000 Ft kedvezménnyel szerezheted be KiwiSun szolárium bérletedet és még egy gyorsbarnító szolikrémmel is megajándékozunk! KiwiSun Bioszoláriumok már közel 80 helyen!	Rádióreklám 9 mp	Rádió 1 csatorna	56 db	2019. március	15 000 Ft+ÁFA (szpotgyártás) 239 000 Ft+ÁFA (hirdetési díj)	X
Most szerezd be akciós KiwiSun bioszolárium bérleted! Minden KiwiSun bioszolárium bérlethez KiwiSun lábszárbarnító krémeket ajándékozunk! KiwiSun, itt nem égsz, barnulsz! kiwisun.hu		Class FM csatorna	-	2019.04.01.	-	X
Gyönyörű karibi barna bőrszínért válaszd a KiwiSun bioszoláriumot ! Várunk már közel 80 KiwiSun bioszoláriumban ! Itt nem égsz, barnulsz! kiwisun.hu			-	2019.03.28.	-	X
Most akár 1000 Ft kedvezménnyel szerezheted be KiwiSun szolárium bérletedet és még egy gyorsbarnító szolikrémmel is megajándékozunk! KiwiSun bioszoláriumok már közel 80 helyen!			-	2019.02.28.	-	X
Valentin napi akció a KiwiSun bioszoláriumban ! Ajándékozz KiwiSun ajándékkártyát akciós bérlettel vagy vásárolj magadnak 1000 Ft kedvezménnyel! KiwiSun, itt nem égsz, barnulsz!			-	2019.02.05.	-	X
Kocsis Korinna szupermodell elárulta mindig	Natív hirdetés	https://femina	4546	2017. 10. 16.	140 000 Ft +	X

gyönyörű barna bőrnek titkát (x) Természetes, karibi barna szín és jobb közérzet a módszerének eredménye. Számos kutatás bizonyította már, hogy a napsütés, a napozás rendkívül pozitív hatással van az emberi testre, nemcsak fizikálisan, de mentálisan is. Ugyanakkor egész nyáron attól hangos a sajtó, hogy óvakodjunk a napozástól, mert a sugarak többet ártnak, mint használnak. Nos, akkor mi a megoldás? Biztonságos megoldás A KiwiSun bioszolárium biztonságos és egészségtudatos megoldás, ha egész évben napsütötte, barna bőrt szeretnél. Kifejezetten olyan, tudatos nők és férfiak alkotják a vendégkört, akiknek fontos, hogy bőrük fiatal és napbarnított maradjon. Miért ajánlott a bioszolárium? Fényre mindenkinek szüksége van, anélkül ugyanis nem lehet jó közérzettel élni. Általában véve, minél távolabb él valaki az egyenlítőtől, annál magasabb a D-vitamin-hiánya, aminek számos negatív következménye lehet. A D3-vitamin gyakorlatilag egyedül ultraibolya-, vagyis UV-sugárzás által képződik. Ez egy olyan előhormon, mely elősegíti, hogy a test az életfontosságú kalciumot kivonja az élelemből. Az ultraibolya A és B sugarak segítik a szervezet		.hu/egeszseg/kiwisun-szolarium/	megtekintés (roadblock cikkben: 1245 megtekintés)		ÁFA	
---	--	---	---	--	------------	--

saját fényvédelmének kialakítását. Az sem utolsó szempont, hogy a leburnult bőr magabiztosabb, egészséges hatású megjelenést biztosít. Van még jó néhány ok, amiért az ember jól érzi magát a napfényben. Az ultraibolya-sugárzás pozitívan befolyásolja a vegetatív idegrendszert és a pszichikumot, és általánosan jobb közérzetet biztosít, a napfény emellett csökkenti a depresszió mértékét is. Egészségtudatos szolárium A KiwiSun olyan szolárium, ahol kifejezetten fontos az egészségtudatosság. Koncepciója mögött húsz év technológiai fejlesztése áll, mely az innovatív rendszernek, a megkapóan vonzó dizájnnak köszönhetően ma már több európai országban működik sikeresen. A modern szoláriumtechnológia és a teljes központi ellenőrzési rendszer bármelyik KiwiSun szalonban garantálja a biztonságos és tartós barnulást. A KiwiSun szoláriumrendszere a világon egyedülálló, speciális zöld fényének köszönhetően fokozódik a szervezet D-vitamin-termelése, ezért javul az ellenálló-képesség, továbbá fokozza az endorfin-, vagyis a boldogsághormon-termelést is az emberi szervezetben. A zöld bioszoláriumok hatása A komoly technológiai fejlesztés eredményeképpen a KiwiSun egy olyan						
---	--	--	--	--	--	--

szoláriumrendszert mutatott be, mely egész Európában piacvezető újdonságnak számít, ezáltal kíméletesen barnulva élvezhetők a különleges hatások: • természetes, karibi barna szín, • biopozitív hatás, D-vitamin-termelődés természetes úton, • közérzetjavulás, • testi-lelki feltöltődés, • fokozza a boldogsághormon-termelést.* Szükségünk van napfényre! Erre a KiwiSun franchise hálózat tagjainak ügyfélköre is rádöbbsent, ezért az egészségtudatos szoláriumozás az életformájukká vált, ráadásul ma már nem kizárólag a fiatal hölgyek jó szokása. A KiwiSun vendégeinek több mint 50%-a a középkorú és idős korosztályból érkezik, 30%-a pedig férfi. A KiwiSun egy olyan, új vevőkört vonzott be a salonokba, akik számára életforma lett az egészségtudatos szoláriumozás - a KiwiSun előtt sokan nem is jártak szoláriumba. 2017 októberében országsszerte már 53 KiwiSun salonban, illetve Európa-szerte további 13 salonban is magas színvonalú és a szigorú egészségbiztonsági szabványok szerint működő, EU-konform gépek és professzionális, 0,3-as szoláriumcsövek biztosítják a mértékletes, biztonságos barnulást a vendégeknek.						
--	--	--	--	--	--	--

[0,3 W/m² matrica képe] A KiwiSunban szoláriumozás közben frissítő permet hűsít, többféle hangterápia választható, a maximális higiénia pedig szigorú franchise-előírás minden salonban. A szoláriumgépek minősége rendszeresen és gyárilag ellenőrzött, a maximális barnító hatást pedig a hivatalosan dokumentált EU 0,3-as csőcserék garantálják. A KiwiSunban széles választékban kaphatóak a szoláriumozást segítő bőrápoló szoláriumkozmetikumok is, melyekkel még eredményesebben barnulhatnak a vendégek. Kocsis Korinna ajánlásával Kocsis Korinna magyar modellt kérdeztük, hogy ő miért a KiwiSunt használja. - Szakmám és önmagam miatt is a KiwiSun szoláriumba járok, mert modellként dolgozom, és egész évben fontos, hogy karibi barna bőrszínem legyen. Azért szeretem ezt a szoláriumláncot, mert ott nem égek le, és sokkal kevesebb időt töltök napozással. [Vajon hol barnul Magyarország egyik legszebb lánya c. video] Javít a bőrömön, nem szárad ki az arcom, a dekoltázsom, és mindig egyenletesen sima, puha és barna vagyok. Sokkal jobb a kedvem, ha a KiwiSun szoláriumot használom, pozitívabb és optimistább vagyok, ezért sokkal jobban érzem magam a bőrömben. [fehér alapon kiemelten]: További						
---	--	--	--	--	--	--

információkat találsz a KiwiSun honlapján, illetve a Facebook-oldalukon. *Források: Szendi Gábor: Napfényvitamin (Jaffa Kiadó, 2012), Sunlight Research Forum; Webbeteg.						
Biztonságos napozás egész évben? A válasz: KiwiSun! Számos kutatás bizonyította már, hogy a napsütés, napozás, és a hosszabb nappalok rendkívül pozitív hatással vannak az emberi testre nemcsak fizikálisan, de mentálisan is. Ugyanakkor egész nyáron attól hangos a sajtó, hogy óvakodjunk a napozástól, mert a káros sugarak többet ártanak, mint használnak. De akkor mi lehet a megoldás? (x) Nélkülözhetetlen vitaminok Fényre mindannyiunknak szüksége van, ráadásul minél távolabb élünk az egyenlítőtől, általában annál magasabb a lakosság D-vitaminhiánya, amelynek számos következménye lehet. A D3 vitamin gyakorlatilag egyedül ultraibolya (UV) sugárzás által képződik, amely vitamin elősegíti, hogy a test az életfontosságú kalciumot kivonja az élelemből. Az ultraibolya A és B sugarak pedig a szervezet saját fényvédelmének kialakítását segítik. A leburnult bőr emellett magabiztosabb, egészséges hatású megjelenést biztosít, de	Natív hirdetés	https://www.emcafe.hu/cikk/fashion-beauty/kiwisun-zold-bioszolarium-nyeremenyjak	-	2017. 07. 11.	350 000 Ft + ÁFA	X

persze van még jó néhány ok, amiért jól érezzük magunkat a napfényben. Az ultraibolya sugárzás pozitívan befolyásolja a vegetatív idegrendszert és a pszichikumot, általánosan jobb közérzetet biztosít, a napfény pedig csökkenti a depressziót is. [Kiwisun szoláriumot használó nő képe] [képaláírás]: A KiwiSun zöld bioszoláriumában napozás nélkül is D-vitaminhoz juthatunk Egy szolárium, ahol fontos az egészségtudatosság A KiwiSun egészségtudatos szolárium koncepciója mögött 20 éves technológiai fejlesztés áll, amely az innovatív rendszernek, a megkapóan vonzó designnak köszönhetően ma már több európai országban működik sikeresen. A modern szolárium technológia és a teljes központi ellenőrzési rendszer bármelyik KiwiSun szalonban garantálja a biztonságos és tartós barnulást. A KiwiSun szolárium rendszere a világon egyedülálló, speciális zöld fényének köszönhetően fokozódik a szervezet D-vitamin termelése, javul az ellenálló képesség, továbbá fokozza az endorfin; a boldogság hormontermelést is az emberi szervezetben. [Kiwisun embléma] [képaláírás]: KiwiSun – Az egészségtudatosok szoláriuma						
---	--	--	--	--	--	--

Így hatnak a zöld bioszoláriumok Komoly technológiai fejlesztés eredményeképpen a KiwiSun egy olyan szolárium rendszert mutatott be, amely egész Európában piacvezető újdonságnak számít, ezáltal kíméletesen barnulva élvezhetők a különleges hatások: • természetes karibi barna szín • bio pozitív hatás, D-vitamin termelődés természetes úton • közérzet javulás • testi-lelki feltöltődés • fokozza a boldogság hormon termelést Éltető napfény, káros hatások nélkül Az egészségtudatos szoláriumozás ma már nem kizárólag a fiatal hölgyek „sportja”. A KiwiSun vendégeinek több mint ötven százaléka a közép- és az idős korosztályból érkezik, harminc százaléka pedig férfi. A KiwiSun egy olyan új vevőkört vonzott be a szalonokba, akik számára életforma lett az egészségtudatos szoláriumozás és a KiwiSun előtt valószínűleg nem is jártak szoláriumban. <i>[Kiwisun szalonok beltéri fotói]</i> 2017 nyarán országszerte már 53 KiwiSun szalonban, magas színvonalú és a szigorú egészségügyi szabványok szerint működő, EU-konform gépek és professzionális, 0,3-as szolárium csövek biztosítják a mértékletes, biztonságos barnulást a vendégeknek.						
--	--	--	--	--	--	--

A KiwiSunban szoláriumozás közben frissítő permet hűsít, többféle hangterápia választható, a maximális higiénia pedig szigorú franchise előírás minden salonban. A szolárium gépek minősége rendszeresen és gyárilag ellenőrzött, a maximális barnító hatást pedig a hivatalosan dokumentált EU 0,3-as csőcserék garantálják. A KiwiSunban széles választékban kaphatók a szoláriumozást segítő bőrápoló szolárium kozmetikumok is, amelyekkel még eredményesebben barnulhatnak a vendégek. [Kiwisun szoláriumbérlet fotója] Igazi újdonság és akciók a KiwiSunban! Újdonság a Black Safari 200x Bronzer kozmetikum, amely maximalizálja a szolárium barnító hatását, egyidejűleg intenzíven hidratálja a bőrt, valamint a KiwiSun Face Bronzer, amely anti-aging összetevőkkel készült szoláriumozás előtti kozmetikum, arcra és dekoltázsra. Hyaluron tartalmának köszönhetően véd a bőr kiszáradása ellen, a növényi kollagén elősegíti a feszes bőr kialakulását, így a narancs őssejttartalmú krém használatával serkenthetjük a bőr vitalitását és üdeségét. A KiwiSun nyári akciójában, 2017.07.10-től több bérlet árából jelentős kedvezményt kaphatunk, a bérletek mellé pedig egy-egy Face Bronzer anti-aging krém is jár ajándékba! Ha Te is egészséges és napbarnított bőrre						
--	--	--	--	--	--	--

vágysz, játssz velünk és nyerd meg a 3 db KiwiSun szolibérlet egyikét, ajándék barnulást maximalizáló szolikrémmel!						
*Források: Szendi Gábor: Napfényvitamin (Jaffa Kiadó, 2012), Sunlight Research Forum, webbeteg.hu						
[Nyitóoldalon/Landing page-en látható]: [kiwisun embléma] AZ EGÉSZSÉGTUDATOSOK SZOLÁRIUM HÁLÓZATA A BARNULÁS ÚJ KORSZAKA! ZÖLD BIOSZOLÁRIUM A TERMÉSZET EREJÉVEL! [kiwisun embléma] Az egészségtudatosok szoláriuma [zöld színű szoláriumcső képe]	Saját honlap	https://www.kiwisun.hu	510 431 látogató (2016.01.01.-2018.10.18. között)	2016.03.08. ³³⁰	-	X
[Nyitóoldalon/Landing page tetején látható]: BIOSZOLÁRIUM [kiwisun embléma] A BARNULÁS ÚJ KORSZAKA! ZÖLD BIOSZOLÁRIUM A TERMÉSZET EREJÉVEL! [kiwisun embléma] Az egészségtudatosok szoláriuma [zöld színű szoláriumcső képe]				2016.03.28. 2016.03.30. 2016.04.08.		
[Nyitóoldalon/Landing page tetején látható]: BIOSZOLÁRIUM [kiwisun embléma] [KiwiSun szalon kirakatáról készült kép, ahol látható a BIOSzolárium felirat]				2019.09.24.		
[Miért a KiwiSun?nevű aloldal tetején]		https://www.kiwisun.hu		2016.03.01.		

³³⁰ Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint 2016. január 1-től üzemelteti a weboldalt. ld. VJ/4-5/2019. 21. melléklet. A táblázatban szereplő dátumok a weboldal különböző időállapotait jelölik.

<i>látható]:</i> [kiwisun embléma] AZ EGÉSZSÉGTUDATOSOK SZOLÁRIUM HÁLÓZATA Miért a KiwiSun? A KiwiSun egy olyan a világon egyedülálló szolárium koncepció, ahol nem ég meg a bőröd,* nem pirosodik, nem szárad ki, nem ráncosodik úgy, mint a hagyományos szoláriumokban, hanem kíméletesen és gyönyörűen barnul. Fokozódik a D-vitamin termelődés, amely ma elengedhetetlenül fontos; számos kutatás igazolta a D-vitamin szerepét különböző betegségek megelőzésében és az immunrendszer támogatásában.** Gépeink nem tartalmaznak kvarc halogén arc barnítót, kizárólag egészségtudatos arc-, váll-, dekoltázs és lábszár barnítókat alkalmazunk. Legújabb fejlesztésünk az új zöld bio szolárium, amely hosszantartó természetes karibi barnaságot eredményez, nincs a tipikus sárgás bőrszín, mert egy speciális fényt bocsát ki. A KiwiSun zöld bioszoláriuma fokozza az endorfin termelődését is. Az endorfin a BOLDOGSÁG hormonja, amely nagyrészt az UV fénynek köszönhetően termelődik az emberi szervezetben, ezáltal magabiztosabb, optimistább, vidámabb leszel, így pedig a problémákhoz is másképp állsz hozzá! A vidám és felhőtlen ember kevesebbet beteg,		kiwisun.hu/miert-a-kiwisun.html		2016.03.30. 2016.05.04. 2016.06.04. 2016.07.03. 2016.08.03. 2016.09.03. 2016.10.07. 2016.11.14. 2016.12.03. 2017.04.04. 2017.04.07. 2017.06.03.		
---	--	--	--	--	--	--

belső egyensúlya biztosabb, önbizalma nő! Ezek a pozitív hatások a mentális stabilitást nyújtják számodra, átvezetnek a hétköznapi gondokon, így gyorsabban megtalálhatod az egyéni sikered, az egyéni boldogságod titkát! Számos egyéb pozitív biológiai hatása van; zöld színterápia, közérzetjavítás, egyensúlyba hoz. Az infra szolárium napozás előtt infrasugarak segítségével felmelegíti a bőrszint, kitágítja a pórusokat, így a barnulás mélyebben szebben és hosszantartóbban jön létre. [...]						
[<i>Miért a KiwiSun?nevű aloldal tetején látható</i>]: BIOSZOLÁRIUM [kiwisun embléma] Miért a KiwiSun? A KiwiSun innovatív szolárium koncepció. Az UVB hatására fokozódik a szervezet D-vitamin termelése, amely ma elengedhetetlenül fontos; számos kutatás igazolta a D-vitamin szerepét különböző betegségek megelőzésében és az immunrendszer támogatásában.** Gégeink nem tartalmazznak kvarc halogén arc-, váll-, dekoltázs és lábszárbarnítókat alkalmazunk. A szoláriumozás fokozza az endorfin termelődését is. Az endorfin a BOLDOGSÁG hormonja, amely nagyrészt az UV fénynek köszönhetően termelődik az emberi szervezetben, ezáltal magabiztosabb,			-	2019.09.24.		

optimistább, vidámabb leszel, így pedig a problémákhoz is másképp állsz hozzá! A vidám és felhőtlen ember kevesebbet beteg, belső egyensúlya biztosabb, önbizalma nő! Ezek a pozitív hatások a mentális stabilitást nyújtják számodra, átvezetnek a hétköznapi gondokon, így gyorsabban megtalálhatod az egyéni sikered, az egyéni boldogságod titkát! Számos egyéb pozitív biológiai hatása van; zöld színterápia, közérzetjavítás, egyensúlyba hoz. Az infra szolárium napozás előtt infrasugarak segítségével felmelegíti a bőrszint, kitágítja a pórusokat, így a barnulás mélyebben szebben és hosszantartóbban jön létre. [...]						
nők lapja kuponakció ZÖLD BIOSZOLÁRIUM [kiwisun embléma] Az egészségtudatosak szoláriuma #SZEXI BARNA BŐR #D-VITAMIN #BOLDOGSÁGHORMON 25% KEDVEZMÉNY ITT NEM ÉGSZ, BARNULSZ! [zöld színű cső képe] 10 alkalom a szolárium listaárából A kupon beváltható a hátoldalon felsorolt KiwiSun szolárium salonokban 2016. március 31-ig	Sajtóhirdetés (újságban található kupon)	Nők Lapja magazin	-	2016. március	4 000 Ft+ÁFA (grafikai díj) 70 000 Ft+ÁFA (megjelenési díj)	X
[kiwisun embléma] Az egészségtudatosak szoláriuma 25% KEDVEZMÉNY		Cosmopolita n magazin	-	2016. június	4 000 Ft+ÁFA (grafikai díj)	X

[zöld színű cső képe] 10 alkalom a szolárium listaárából A kupon beváltható a hátoldalon felsorolt KiwiSun szolárium szalonokban. [matrica képe ³³¹ rajta kisbetűvel]: EU- KONFORM SZOLÁRIUM EGÉSZSÉGTUDATOS VÁLASZTÁS [matricián kék alapon nagyobb méretben fehérrel kiemelten]: 0,3 W/m ² [kuponon]: ITT NEM ÉGSZ, BARNULSZ! KIWISUN ZÖLD BIOSZOLÁRIUM Szexi barna bőr D-vitamin Boldogsághormon Érvényes: 2016. június 03 – augusztus 31-ig!					70 000 Ft+ÁFA (megjelenési díj)	
[kiwisun embléma] Az egészségtudatosak szoláriuma 25% KEDVEZMÉNY [zöld színű cső képe] 10 alkalom a szolárium listaárából A kupon beváltható a hátoldalon felsorolt KiwiSun szolárium szalonokban. [0,3 W/m ² matrica] KIWISUN ZÖLD BIOSZOLÁRIUM Szexi barna bőr D-vitamin Boldogsághormon Érvényes: 2016. december 02-31. [akcióban résztvevő szalonok listája] www.kiwisun.hu www.facebook.com/Kiwisuneletmodmagazin			-	2016. december	4 000 Ft+ÁFA (grafikai díj) 70 000 Ft+ÁFA (megjelenési díj)	X
[kiwisun embléma] Az egészségtudatosak szoláriuma		Diéta & Fitness	-	2016. április	4 000 Ft+ÁFA (grafikai díj)	X

³³¹ Az érintett kommunikációs elem a továbbiakban, mint „0,3 W/m² matrica” szerepel.

[kiwisun szoláriumgép képe] Itt nem égsz, BARNULSZ! KiwiSun Cosmetics termékek [pirossal kiemelten]: - 20% Akciónk 2016. május 31-ig tart! [kozmetikumok képe] Keresd a KiwiSun bioszolárium szalonokban! www.kiwisun.hu www.facebook.com/Kiwisuneletmodmagazin [jobb alsó sarokban]: - 20% kedvezmény minden KiwiSun Cosmetics termékre (arctonik, arctej, testápoló, tusfürdő)		magazin			120 000 Ft+ÁFA (megjelenési díj)	
ZÖLD BIOSZOLÁRIUM [kiwisun embléma] Az egészségtudatosak szolárium #SZEXI BARNA BŐR #D-VITAMIN #BOLDOGSÁGHORMON 25% KEDVEZMÉNY [zöld színű cső képe] ITT NEM ÉGSZ, BARNULSZ! 10 alkalom a szolárium listaárából A kupon beváltható a hátoldalon felsorolt KiwiSun szolárium szalonokban 2017. szeptember 30-ig. [akcióban résztvevő szalonok listája] www.kiwisun.hu www.facebook.com/Kiwisuneletmodmagazin		Nők lapja magazin	-	2017. szeptember	4 000 Ft+ÁFA (grafikai díj) 70 000 Ft+ÁFA (megjelenési díj)	X
nők lapja kuponakció ZÖLD BIOSZOLÁRIUM [kiwisun embléma] Az egészségtudatosak szolárium			-	2018. március	4 000 Ft+ÁFA (grafikai díj) 70 000	X

#SZEXI BARNA BŐR #D-VITAMIN #BOLDOGSÁGHORMON 25% KEDVEZMÉNY [zöld színű cső képe] ITT NEM ÉGSZ, BARNULSZ! 10 alkalom a szolárium listaárából A kupon beváltható a hátoldalon felsorolt KiwiSun szolárium szalonokban 2018. március 31-ig. [akcióban résztvevő szalonok listája] www.kiwisun.hu www.facebook.com/Kiwisuneletmodmagazin					Ft+ÁFA (megjelenési díj)	
nők lapja kuponakció ZÖLD BIOSZOLÁRIUM [kiwisun embléma] Az egészségtudatosak szoláriuma #SZEXI BARNA BŐR #D-VITAMIN #BOLDOGSÁGHORMON 25% KEDVEZMÉNY [zöld színű cső képe] ITT NEM ÉGSZ, BARNULSZ! 10 alkalom a szolárium listaárából A kupon beváltható a hátoldalon felsorolt KiwiSun szolárium szalonokban. Érvényes: 2018. szeptember 12-30-ig. [akcióban résztvevő szalonok listája] [kiwisun embléma] Az egészségtudatosak szoláriuma www.kiwisun.hu www.facebook.com/Kiwisuneletmodmagazin			-	2018. szeptember	4 000 Ft+ÁFA (grafikai díj) 70 000 Ft+ÁFA (megjelenési díj)	X

[kiwisun embléma] Az egészségtudatosok szoláriuma ZÖLD BIOSZOLÁRIUM Itt nem égsz, BARNULSZ! www.kiwisun.hu www.facebook.com/Kiwisuneletmodmagazin	Szórólap	KiwiSun szalonok	20 000 db	2017. május	9 000 Ft+ÁFA (grafikai díj) 15 000 Ft+ÁFA (nyomdaköltség)	X
[kiwisun embléma] Az egészségtudatosok szoláriuma SZÜLINAPI BULI! 10 ÉVES A KIWISUN BIOSZOLÁRIUM! EZÉRT MA [pirossal] 10 PERC INGYEN SZOLIZÁSSAL AJÁNDÉKOZUNK MEG MINDENKIT! 10-es és 20-as bérleteinkre szülinapi kedvezményt adunk, csak ma: 10-es bérlet -500 Ft 20-as bérlet -1000 Ft Ingyenes KiwiSun Nap 2016. október 5-én nyitástól zárásig!	Plakát	KiwiSun szalonok	50 db	2016. október	5 000 Ft+ÁFA (grafikai díj) 3 000 Ft+ÁFA (nyomdaköltség) ³³²	X
kiwisun BIOSZOLÁRIUM NEM ÉGSZ, BARNULSZ! kiwisun.hu	Járműreklám	-	-	2016. június	-	X
[Videon látható]: [kiwisun embléma bal felső sarokban] [Skin Angel Bio Green csövekről készült közeli felvétel] [0:22-nél, 1:49-nél: beúszó felirat: Dr.J. E.	YouTube video („KiwiSun orvosi szempontból”), 2 perc 2 mp	https://www.youtube.com/watch?v=Kd2mLnDamZM	1908 megtekintés ³³⁴	2016. 02. 03.	200 000 Ft + ÁFA (videógyártás)	X

³³² Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint a szalonok egyedileg intézik a nyomtatást. VJ/4-5/2019. 21. melléklet

³³⁴ VJ/4-5/2019. 21. melléklet adata

bőrgyógyász szakorvos] [kiwisun szoláriumgép képe] [1:56-tól: kiwisun embléma, KIWISUN ZÖLD BIOSZOLÁRIUM, EZZEL NEM ÉGSZ LE! SZEXI BARNA BŐR D-VITAMIN BOLDOGSÁGHORMON MÁR 40 SZALONBAN! www.kiwisun.hu [Facebook ikon].COM/KIWISUNELETMODMAGAZI N] [Videon elhangzik]: <u>Narrátor:</u> Kiwisun. 20 éves fejlesztés, tudomány és orvosi háttér. Sugárbiológiai igazolt rendszer. Dr. J. E. ³³³ bőrgyógyász szakorvost arról kérdeztük, milyen kedvező élettani hatásai vannak a KiwiSun szolárium használatának. <u>dr. J.E.:</u> A barna bőrszín csak az egyik. Ott van pl. a D-vitamin termelés elősegítése, amiben télen nagyon nagy hiányt szenvedünk, és a különböző tanulmányok szerint a magyar lakosság átlagos D-vitamin szintje mélységesen a kívánatos szint alatt van. Ebben is segítenek a szoláriumok. Bizonyos ekcémák szintén nagyon jól reagálnak a napfényre. Megfigyelések szerint		KiwiSun Életmód Magazin YouTube oldal https://www.facebook.com/Kiwisuneletmodmagazin/videos/939412959469175/ KiwiSun Életmód Magazin Facebook oldal³³⁵	3108 megtekintés			
--	--	---	------------------------------	--	--	--

³³³ A továbbiakban: dr. J.E.

³³⁵ Egyes YouTube reklámvideók azonos tartalommal (esetenként eltérő címmel) megjelentek a KiwiSun Életmód Magazin Facebook oldalon is. A Facebookos megjelenésekről az eljárás alá vont nem nyilatkozott.

pl. a veleszületett ún. atópiás ekcéma nyáron mindig jó és ősszel, télen romlik. Természetesen gyermekkorban csak a mérsékelt napfény ajánlható. Idősebb korban szóba jöhet a szolárium is, úgy mint egy kiegészítő gyógymód. Azt is megfigyelték fiatalok, hogy napfény hatására a pattanásos betegségük is jobb lehet. Itt akkor tudjuk csak ajánlani, ha nem egy erőteljes gyulladás stádiumban van a betegség, hanem egy nyugvó állapotban. Ilyenkor még jobb, tünetmentesebb állapotot tudunk elérni. <u>Narrátor:</u> És hogy miért a KiwiSunt ajánlja a bőrgyógyász szakorvos? <u>dr. J.E.:</u> A KiwiSun szolárium olyan csöveket használ, melyek európai sugárbiológiai tanúsítvánnyal rendelkeznek, és rendszeres minőségbiztosítási vizsgálatokon esnek át. Ez vonatkozik a franchise hálózat összes szalonjára. Ez lehetővé teszi, hogy leégés nélkül következzen be a barnulás, ami hosszú távon nem károsítja a bőrt. <u>Narrátor:</u> KiwiSun. Itt nem égsz, barnulsz!						
[Videon látható]: [kiwisun embléma bal felső sarokban] [0:15-nél beúszó felirat: Dr. J. E. bőrgyógyász szakorvos] [0:59-nél megjelenő szöveg: 20 ÉVES FEJLESZTÉS – TUDOMÁNY – ORVOSI HÁTTÉR] [1:09-től látható: kiwisun embléma,	YouTube video („Kiwisun a bőrgyógyász szemével”), 1 perc 17 mp	https://www.youtube.com/watch?v=3CESYOG7prc KiwiSun Életmód Magazin YouTube	841 megtekintés³³⁶	2016. 01. 18.	200 000 Ft + ÁFA (videogyártás)	X

³³⁶ VJ/4-5/2019. 21. melléklet adata

KIWISUN ZÖLD BIOSZOLÁRIUM, EZZEL NEM ÉGSZ LE! SZEXI BARNA BŐR D-VITAMIN BOLDOGSÁGHORMON MÁR 38 SZALONBAN! www.kiwisun.hu [Facebook ikon].COM/KIWISUNELETMODMAGAZI N] [Videon elhangzik]: <u>Férfi interjúalany:</u> Egy félévvel ezelőtt kezdtem el orvosi javallatra járni a KiwiSunba. Psoriasisban szenvedtem, de ez a psoriasis azóta visszahúzódott. [látható, hogy bemegy egy KiwiSun szoláriumba]. <u>dr. J. E.:</u> Vannak bizonyos betegségek, amelyekre a napfény vagy a szolárium nagyon jótékony hatású. A pikkelysömör egy genetikai alapon kialakuló betegség. Tapasztalati megfigyelés, hogy a napfény, a szolárium ezeknek a betegeknek a 85%-ának rendkívül jó hatású, akár teljes tünetmentességet el lehet érni. Nagyon fontos, hogy akár a napozás, akár a szoláriumozás kontrollált körülmények között történjék meg. Ezért nyújt biztonságot a KiwiSun szolárium rendszere, mert európai tanúsítványokkal rendelkeznek, így biztos, hogy a kedves vendég bőre nem leég, hanem csak barnul. És ezáltal a pikkelysömöre tartósan tünetmentes állapotba kerülhet.		oldal				
---	--	-------	--	--	--	--

Férfi interjúalany: Nagyon jól érzem itt magam, nagyon kellemes a környezet.						
[Téma: Három különböző bőrtípusú hölgy 2 héten át használja a KiwiSun szoláriumot] [0:10-től elhangzik] Narrátor: Három különböző bőrtípusú hölgy két héten át heti kétszer eljár a KiwiSun bioszoláriumába . [0:46-tól elhangzik] Narrátor: A lányok hét nap alatt kétszer 14 percre fognak befeküdni a KiwiSun bioszoláriumába . [0:47-nél látható: Kirakat, ahol feltűnik a 0,3 W/m ² ábra] [1:11-nél elhangzik] Narrátor: A lányok újból befeküdtek a KiwiSun bioszoláriumába . [2:22-nél elhangzik] Narrátor: Próbáld ki te is a KiwiSun bioszoláriumait és győződj meg róla, hogy lehet egészségtudatosan is barnulni! [02:23-tól látható grafika]: KIWISUN ZÖLD BIOSZOLÁRIUM NEM ÉGSZ, BARNULSZ! SZEXI, BARNA BŐR D-VITAMIN BOLDOGSÁGHORMON TÖBB MINT 60 SZALONBAN www.kiwisun.hu [facebook ikon].com/kiwisuneletmodmagazin	YouTube video („A nagy szoláriumteszt”) 2 perc 36 mp	https://www.youtube.com/watch?v=skVskTtK1nQ KiwiSun Életmód Magazin YouTube oldal	4916 megtekintés ³³⁷	2017. 03. 24.	200 000 Ft + ÁFA (videogyártás)	X
		https://www.facebook.com/Kiwisuneletmodmagazin/videos/1276184319125369/ KiwiSun Életmód Magazin Facebook oldal	1 798 410 megtekintés	2017.03.23.		
[Videon látható]: [0:08-nál felirat: Klein Péter stratégiai vezető] [1:09-1:22, 1:31-1:36, majd 1:46-1:48 között]	Facebook video („Miért jár mindenki a Kiwisun	https://www.facebook.com/watch/?v=1001225799954	2565 megtekintés	2016. 05. 12.	-	X

³³⁷ VJ/4-5/2019. 21. melléklet adata

látható felirat: DR. J. E. BŐRGYÓGYÁSZ SZAKORVOS] [2:19-2:30 majd 2:54-3:08 között látható felirat: DR. R. Z. PLASZTIKAI SEBÉSZ] [3:33-3:45 között látható felirat: KOZMETOLÓGUS] [4:03-tól látható: KIWISUN ZÖLD BIOSZOLÁRIUM NEM ÉGSZ, BARNULSZ! SZEXI, BARNA BŐR D-VITAMIN BOLDOGSÁGHORMON KÖZEL 50 SZALONBAN www.kiwisun.hu [Facebook ikon].COM/KIWISUNELETMODMAGAZIN] [Videon elhangzik]: <u>Narrátor:</u> A KiwiSun mögött 20 év fejlesztés, tudomány és orvosi háttér áll. <u>Klein Péter:</u> Technológiánk egy speciális zöld fény, ami nem égeti, nem ráncosítja, nem pirosítja, nem szárítja ki a bőrt, nem öregíti a bőrt. Egy gyönyörű szép természetes karibi barna bőrszín ad, D-vitamint termel, segíti a kalcium beépülését, fokozza az endorfinhormon termelődését, kiváló közérzetet biztosít. <u>Narrátor:</u> Nem véletlen, hogy a híres modell, Kocsis Korinna is a KiwiSunt választotta. <u>Kocsis Korinna:</u> Szakmám és önmagam miatt is nagyon szeretem a KiwiSun szoláriumokat,	szoláriumba?”), 4 perc 11 mp	557 KiwiSun Életmód Magazin Facebook oldal				
---	--	--	--	--	--	--

hiszen modellként dolgozom és egész éven át fontos, hogy karibi aranybarna bőrszínem legyen. Javít a bőrömön, nem szárad ki az arcom, a bőröm, a dekoltázsom, és mindig egyenletesen sima, puha, barna lesz. Sokkal jobb a kedvem, hogy ha KiwiSun szoláriumot használok, sokkal pozitívabb illetve optimistább vagyok és egyszerűen jól érzem magam a bőrömben. <u>Narrátor:</u> Dr. J. E. bőrgyógyász szakorvos szerint számos egyéb kedvező élettani hatása is van a KiwiSun szolárium használatának. <u>Dr. J. E.:</u> Ott van például a D-vitamin termelés elősegítése, amiben télen nagy hiányt szenvedünk. És a különböző tanulmányok szerint a magyar lakosság átlagos D-vitamin szintje mélységesen a kívánatos szint alatt van. Bizonyos ekcémák szintén nagyon jól reagálnak a napfényre. Azt is megfigyelték fiatalok, hogy a napfény hatására a pattanásos betegségük is jobb lehet. Itt akkor tudjuk csak ajánlani, ha nem egy erőteljes, gyulladásos stádiumban van a betegség, hanem egy nyugvó állapotban. Ilyenkor még jobb, tünetmentesebb állapotot tudunk elérni. A KiwiSun szolárium olyan csöveket használ, melyek európai sugárbiológiai tanúsítvánnyal rendelkeznek és rendszeres minőségbiztosítási vizsgálatokon esnek át. Ez lehetővé teszi, hogy leégés nélkül következzen be a barnulás, ami hosszútávon nem károsítja a						
--	--	--	--	--	--	--

bőrt. <u>Narrátor:</u> Ezt erősíti meg dr. R. Z. plasztikai sebész is. <u>dr. R. Z.:</u> A plasztikai sebészeten nagyon fontos, hogy milyen minőségű bőrrel dolgozunk, jó keringése legyen. A napozás és a szolárium jelentősen károsíthatja a bőr minőségét. A KiwiSun szoláriumok nem okozzák azokat a károsító hatásokat, amelyeket egyéb szoláriumok okozhatnak. Így nem alakul ki gyulladás, ráncosodás vagy ráncolódás, a bőrnek az elvékonyodása. A plasztikai sebészeti beavatkozásokat követően meg van az az időintervallum, amikor lehet napoztatni a műtéti területet is, ez egy olyan kb. 3 hónap. Bioszoláriumoknál, így a Kiwisunnál is, ez az időintervallum lecsökken, mivel azok a káros hatások nem érvényesülnek, amelyek az egyéb szoláriumoknál, vagy akár a napsugárzásnál észlelhetők. <u>Narrátor:</u> H. B. kozmetológus is jó szívvel ajánlja vendégeinek a KiwiSunt. <u>H. B.:</u> Kozmetikusként sokévi tapasztalat alapján elmondhatom, illetve tudom, hogy kerülni kell az erős, intenzív szoláriumcsöveket. A KiwiSun olyan kíméletes rendszerrel rendelkezik, amely nem égeti a bőrt, nem okoz eritémát, és szépen egyenletesen építi fel magát a bőrszint is. Nagyon kellemes, jótékony hatással van az idegrendszerre és immunrendszer erősítő hatása van. A szolárium biztonsága az						
---	--	--	--	--	--	--

rendkívül fontos, hiszen a bőrünkre életünk végéig szükségünk van, ezért nagyon vigyázzunk rá! <u>Narrátor</u>: Erre legjobb alternatíva a KiwiSun! Hogy miért? <u>Klein Péter</u>: A Kiwisun Magyarországon az egyetlen sugárbiológialag igazolt rendszer, ahol a szoláriumgép és a szoláriumcső együtt van fejlesztve, amelyben végre lelkiismeret furdalás nélkül szoláriumozhatunk.						
[Téma: Két hölgy barnulni szeretne, egyikük a KiwiSun szoláriumot választja, a másik a természetes napozást] [0:23-nál látható kirakat]: BIOSZOLÁRIUM [kiwisun embléma] MEGNYITOTTUNK! ZÖLD BIOSZOLÁRIUM KARIBI BARNA BŐR D-VITAMIN BOLDOGSÁGHORMON [zöld színű cső képe] [0,3 W/m² matrica] [2:23-tól látható grafika]: KIWISUN ZÖLD BIOSZOLÁRIUM NEM ÉGSZ, BARNULSZ! SZEXI, BARNA BŐR D-VITAMIN BOLDOGSÁGHORMON TÖBB MINT 50 SZALONBAN www.kiwisun.hu [Facebook	YouTube video („Ezért járunk nyáron is a KiwiSunba”) 2 perc 29 mp	https://www.youtube.com/watch?v=6bpRlgJyoPs KiwiSun Életmód Magazin YouTube oldal	857 megtekintés³³⁸	2016. 07. 18.	200 000 Ft + ÁFA (videógyártás)	X
		https://www.facebook.com/Kiwisunelet/modmagazin/videos/1043056255771511/ KiwiSun Életmód Magazin Facebook oldal	9 965 megtekintés	2016. 07. 20.		

³³⁸ VJ/4-5/2019. 21. melléklet adata

ikon].COM/KIWISUNELETMODMAGAZIN]						
[Téma: Két hölgy barnulni szeretne, egyikük a KiwiSun szoláriumot választja, a másik a természetes napozást] [0:23-nál látható kirakat]: BIOSZOLÁRIUM [kiwisun embléma] MEGNYITOTTUNK! ZÖLD BIOSZOLÁRIUM KARIBI BARNA BŐR D-VITAMIN BOLDOGSÁGHORMON [zöld színű cső képe] [0,3 W/m² matrica] [2:23-tól látható grafika]: KIWISUN GREEN BIOSOLARIUM DON'T BURN, YOU GET TAN! SEXY TAN SKIN VITAMIN D ENDORPHINS IN MORE THAN 50 SALONS!	YouTube video („KiwiSun summer”) 2 perc 29 mp	https://www.youtube.com/watch?v=1dGILkXqeE0 KiwiSun Életmód Magazin YouTube oldal	350 megtekintés³³⁹	2016. 08. 10.	200 000 Ft + ÁFA (videógyártás)	X

³³⁹ VJ/4-5/2019. 21. melléklet adata

WWW.KIWISUN.HU [Facebook ikon].COM/KIWISUNELETMODMAGAZI N]						
[Téma: Három férfi ki akar rabolni egy KiwiSun szalont] [1:42-nél látható szalonkirakat]: BIOSZOLÁRIUM [kiwisun embléma] MEGNYITOTTUNK! ZÖLD BIOSZOLÁRIUM KARIBI BARNA BŐR D-VITAMIN BOLDOGSÁGHORMON [zöld színű cső képe] [0,3 W/m ² matrica] [1:54-nél látható]: A BARNULÁS ÚJ KORSZAKA ZÖLD BIOSZOLÁRIUM A TERMÉSZET EREJÉVEL [zöld színű cső képe] [2:54-től látható grafika]: KIWISUN ZÖLD BIOSZOLÁRIUM NEM ÉGSZ, BARNULSZ! SZEXI, BARNA BŐR D-VITAMIN BOLDOGSÁGHORMON KÖZEL 50 SZALONBAN www.kiwisun.hu [Facebook ikon].COM/KIWISUNELETMODMAGAZI	YouTube video („Ezen besírsz”) 3 perc 1 mp	https://www.youtube.com/watch?v=jTzGUhYAQAc KiwiSun Életmód Magazin YouTube oldal https://www.facebook.com/Kiwisuneletmodmagazin/videos/982937115116759/ KiwiSun Életmód Magazin Facebook oldal	673 megtekintés ³⁴⁰	2016. 04. 12.	200 000 Ft + ÁFA (videogyártás)	X

³⁴⁰ VJ/4-5/2019. 21. melléklet adata

N]						
[Téma: KiwiSun szoláriumokat népszerűsítő zenés rap video] [00:15-nél, majd 1:21-1:22-nél látszik a háttérben]: ZÖLD BIOSZOLÁRIUM felirat szalon kirakatában [2:11-től látható grafika]: KIWISUN ZÖLD BIOSZOLÁRIUM NEM ÉGSZ, BARNULSZ! SZEXI, BARNA BŐR D-VITAMIN BOLDOGSÁGHORMON KÖZEL 50 SZALONBAN www.kiwisun.hu facebook.com/kiwisuneletmodmagazin franchise@kiwisun.hu [Videon elhangzik]: [00:30-nál]: „[...] D-vitamin, vitamin, gyógyszer, mint az aszpirin, itt ez bizony a naftalin, [...]”	YouTube video („Kiwisun rap”) 2 perc 17 mp	https://www.youtube.com/watch?v=9QzZBNvp0bU KiwiSun Életmód Magazin YouTube oldal	980 megtekintés³⁴¹	2016. 05. 18.	200 000 Ft + ÁFA (videógyártás)	X

³⁴¹ VJ/4-5/2019. 21. melléklet adata

[Téma: Orosz György humorista egy KiwiSun szalon előtt készít interjút járókelőkkel] [0:02-0:09, 0:12-0:27, 0:30-0:36, 2:18-2:26, 4:25-4:43 között szalonkirakat a háttérben, ahol olvasható]: ZÖLD BIOSZOLÁRIUM/ZÖLD BIO felirat és/vagy zöld színű cső képe [1:24-nél, 3:50-nél, 4:18-nál látható szalonkirakat a háttérben]: ZÖLD BIOSZOLÁRIUM [zöld színű cső képe] # SZEXI BARNA BŐR # D-VITAMIN # BOLDOGSÁGHORMON [2:47-nél, 3:02-nél, 3:30-nál, 4:04-nél, 4:24-nél látható szalonkirakat a háttérben]: [zöld színű cső képe] # SZEXI BARNA BŐR # D-VITAMIN # BOLDOGSÁGHORMON [4:49-től látható grafika]: KIWISUN ZÖLD BIOSZOLÁRIUM NEM ÉGSZ, BARNULSZ! SZEXI, BARNA BŐR D-VITAMIN BOLDOGSÁGHORMON TÖBB MINT 50 SZALONBAN www.kiwisun.hu facebook.com/kiwisuneletmodmagazin	YouTube video („Megnéztük, hogy mennyire értenek a lányok a focihoz”) 4 perc 55 mp	https://www.youtube.com/watch?v=AgSIQPsy9uY KiwiSun Életmód Magazin YouTube oldal	426 megtekintés ³⁴²	2016. 06. 10.	200 000 Ft + ÁFA (videogyártás)	X
		https://www.facebook.com/Kiwisuneletmodmagazin/videos/1017819101628560/ KiwiSun Életmód Magazin Facebook oldal	5252 megtekintés	2016. 06. 09.		

³⁴² VJ/4-5/2019. 21. melléklet adata

[Téma: Az ötvenedik, Orosházán megnyílt KiwiSun szalon története] [00:07-nél, 6:03-nál látható KiwiSun szalonkirakat]: BIOSZOLÁRIUM ZÖLD BIOSZOLÁRIUM #SZEXI BARNA BŐR #D-VITAMIN #BOLDOGSÁGHORMON [0,3 W/m ² matrica] [00:09-nél, 6:02-nél kiemelten látszik]: BIOSZOLÁRIUM [7:53-tól látható grafika]: KIWISUN ZÖLD BIOSZOLÁRIUM NEM ÉGSZ, BARNULSZ! SZEXI, BARNA BŐR D-VITAMIN BOLDOGSÁGHORMON www.kiwisun.hu [facebook ikon].com/Kiwisuneletmodmagazin	YouTube video („Megható családi történet”) 7 perc 59 mp	https://www.youtube.com/watch?v=6W9bT_YfmeQ KiwiSun Életmód Magazin YouTube oldal https://www.facebook.com/Kiwisuneletmodmagazin/videos/1022059924537811/ KiwiSun Életmód Magazin Facebook oldal	515 megtekintés ³⁴³	2016. 06. 16.	200 000 Ft + ÁFA (videogyártás)	X
			3446 megtekintés			
[0:19-nél, 0:23-nál látható]: www.kiwisun.hu weboldal nyitóoldala, ott a BIOSZOLÁRIUM felirat [0:26-nál látható szalon kirakatában]: # D-VITAMIN # BOLDOGSÁGHORMON [zöld színű cső képe] [0:54-tól látható grafika]: KIWISUN ZÖLD BIOSZOLÁRIUM	YouTube video („Már interneten is megvásárolható Kiwisun szolárium bérleted”) 59 mp	https://www.youtube.com/watch?v=gv9uFYIBSJw KiwiSun Életmód Magazin YouTube oldal	907 megtekintés ³⁴⁴	2016. 07. 18.	200 000 Ft + ÁFA (videogyártás)	X

³⁴³ VJ/4-5/2019. 21. melléklet adata

³⁴⁴ VJ/4-5/2019. 21. melléklet adata

NEM ÉGSZ, BARNULSZ! SZEXI BARNA BŐR D-VITAMIN BOLDOGSÁGHORMON TÖBB MINT 50 SZALONBAN! www.kiwisun.hu [Facebook ikon].COM/KIWISUNELETMODMAGAZI N]						
[Téma: Ha egy járókelő a KiwiSun szolárium előtt 10 percig tud tartani egy tortát akkor kap 30000 Ft-ot. A video háttérében folyamatosan egy KiwiSun szalon kirakata látható.] [0:08-0:10 között látható a szalonkirakatban]: ZÖLD BIOSZOLÁRIUM [1:40-1:43 között látható szalonkirakat]: BIOSZOLÁRIUM ZÖLD BIOSZOLÁRIUM [3:36-nál látható]: BIOSZOLÁRIUM [5:13-nál látható a szalon kirakatban]: BIOSZOLÁRIUM ZÖLD BIOSZOLÁRIUM [5:36-nál látható grafika]: KIWISUN ZÖLD BIOSZOLÁRIUM NEM ÉGSZ, BARNULSZ! SZEXI, BARNA BŐR D-VITAMIN BOLDOGSÁGHORMON TÖBB MINT 50 SZALONBAN www.kiwisun.hu	YouTube video („30000 Ft-ot akartunk adni egy járókelőnek, de erre mi sem gondoltunk”) 5 perc 42 mp	https://www.youtube.com/watch?v=XaD5d_1CTHE KiwiSun Életmód Magazin YouTube oldal	2212 megtekintés ³⁴⁵	2016. 09. 16.	200 000 Ft + ÁFA (videogyártás)	X
		https://www.facebook.com/Kiwisuneletmodmagazin/videos/1086414304769039/ KiwiSun Életmód Magazin Facebook oldal	13 154 megtekintés	2016. 09. 13.		

³⁴⁵ VJ/4-5/2019. 21. melléklet adata

[facebook ikon].com/kiwisuneletmodmagazin		https://www.facebook.com/Kiwisuneletmodmagazin/videos/1096720497071753/ KiwiSun Életmód Magazin Facebook oldal	580 016 megtekintés	2016.09.26.		
[0:18-tól látható grafika]: KIWISUN ZÖLD BIOSZOLÁRIUM NEM ÉGSZ, BARNULSZ! SZEXI, BARNA BŐR D-VITAMIN BOLDOGSÁGHORMON TÖBB MINT 60 SZALONBAN www.kiwisun.hu [facebook ikon].com/kiwisuneletmodmagazin	YouTube video („Nincs ebben semmi meglepő!”) 25 mp	https://www.youtube.com/watch?v=UzGPiqoRt2Y KiwiSun Életmód Magazin YouTube oldal	521 megtekintés ³⁴⁶	2017. 01. 11.	200 000 Ft + ÁFA (videogyártás)	X
		https://www.facebook.com/Kiwisuneletmodmagazin/videos/1202980739779061/ KiwiSun Életmód Magazin	4 463 megtekintés			

³⁴⁶ VJ/4-5/2019. 21. melléklet adata

		Facebook oldal				
[Téma: KiwiSun szalonokba szóló szoláriumbérlet/ajándékkártya használatát, igénybevételét népszerűsítő video] [0:15-nél látható, majd 1:22-nél feltűnő szalon kirakat]: [zöld színű cső képe] [0,3 W/m² matrica] # SZEXI BARNA BŐR # D-VITAMIN # BOLDOGSÁGHORMON [0:33-0:36, 0:38-0:40, 0:46-0:47 között látható laptop képernyőjén]: www.kiwisun.hu nyitóoldala, ahol olvasható a BIOSZOLÁRIUM felirat [1:56-tól látható grafika]: KIWISUN ZÖLD BIOSZOLÁRIUM NEM ÉGSZ, BARNULSZ! SZEXI, BARNA BŐR D-VITAMIN BOLDOGSÁGHORMON TÖBB MINT 50 SZALONBAN www.kiwisun.hu [facebook ikon].com/kiwisuneletmodmagazin	YouTube video („Honnan tudom”) 2 perc 01 mp	https://www.youtube.com/watch?v=CGKPjFnKm0g KiwiSun Életmód Magazin YouTube oldal	1565 megtekintés ³⁴⁷	2017.01.09.	200 000 Ft + ÁFA (videógyártás)	X
		https://www.facebook.com/Kiwisuneletmodmagazin/videos/1068626566547813/ KiwiSun Életmód Magazin Facebook oldal	43 326 megtekintés	2016.08.24.		

³⁴⁷ VJ/4-5/2019. 21. melléklet adata

[Téma: néma video, amiben egy férfi segítséget nyújt rászoruló járókelőknek] [2:24-2:30 között látható KiwiSun szalon kirakata]: BIOSZOLÁRIUM ZÖLD BIOSZOLÁRIUM [zöld színű cső képe] [0,3 W/m² matrica] # SZEXI BARNA BŐR # D-VITAMIN # BOLDOGSÁGHORMON [3:03-tól látható grafika]: KIWISUN ZÖLD BIOSZOLÁRIUM NEM ÉGSZ, BARNULSZ! SZEXI, BARNA BŐR D-VITAMIN BOLDOGSÁGHORMON TÖBB MINT 50 SZALONBAN www.kiwisun.hu [facebook ikon].com/kiwisuneletmodmagazin	YouTube video („Benned is ott van...használd! Kiwisun”) 3 perc 08 mp	https://www.youtube.com/watch?v=q_TFK21XOeI KiwiSun Életmód Magazin YouTube oldal	681 megtekintés ³⁴⁸	2016.09.21.	200 000 Ft + ÁFA (videogyártás)	X
		https://www.facebook.com/Kiwisuneletmodmagazin/videos/1092712400805896/ KiwiSun Életmód Magazin Facebook oldal	144 109 megtekintés			
<u>Narrátor:</u> Kocsis Korinna Magyarország egyik legszebb lánya is a KiwiSun szoláriumot választotta. A világ számos pontján fotózták már őt, legyen az Róma, Párizs, Velence vagy Madrid. Korinna karibi barnaságát mindenütt csodálják. De nem csak ezért választotta a KiwiSunt a modell. <u>Kocsis Korinna:</u> Szakmám és önmagam miatt is nagyon szeretek a KiwiSun szoláriumokba	YouTube video („Vajon hol barnul Magyarország egyik legszebb lánya”) 1 perc 13 mp	https://www.youtube.com/watch?v=vElZN8HhWbg KiwiSun Életmód Magazin YouTube oldal	3309 megtekintés ³⁴⁹	2017.07.24.	200 000 Ft + ÁFA (videogyártás)	-

³⁴⁸ VJ/4-5/2019. 21. melléklet adata

³⁴⁹ VJ/4-5/2019. 21. melléklet adata

járni, hiszen modellként dolgozom, és egész éven át fontos, hogy karibi aranybarna bőrszínem legyen. Azért szeretem a KiwiSunt, mert nem égek le és sokkal kevesebb időt kell tölteni napozással. Javít a bőrömön, nem szárad ki a bőröm, a dekoltázsom, és mindig egyenletesen sima, puha és barna lesz. Sokkal jobb a kedvem, ha a KiwiSun szoláriumot használom, sokkal pozitívabb és optimistább vagyok, egyszerűen jól érzem magam a bőrömben. <u>Narrátor:</u> És hogy mit tesznek a boldogsághormonok Korinnával? [00:58-01:13 között látható: mosolygós képek Kocsis Korinnáról]		https://www.youtube.com/watch?v=jH9SSZPG8rc KiwiSun Életmód Magazin YouTube oldal (azonos video, angol nyelvű felirattal)	122 megtekintés ³⁵⁰	2017.09.11.	200 000 Ft + ÁFA (videogyártás)	
		https://www.facebook.com/Kiwisuneletmodmagazin/videos/1166601433416992/ KiwiSun Életmód Magazin Facebook oldal	3338 megtekintés	2016.12.05.		

³⁵⁰ VJ/4-5/2019. 21. melléklet adata

Az alábbi táblázat a vizsgálattal érintett állításokat tartalmazó, **egyes szalonok Facebook oldalain megjelent posztokat** ismerteti. A vizsgált magatartás szempontjából releváns állításokat a táblázat **félkövér stílusban** jelöli. A táblázatban **sárga színnel jelölt posztok** az eljárás alá vont által üzemeltetett szalonok Facebook oldalain jelentek meg.

A KiwiSun franchise hálózat vizsgált szolgáltatásának népszerűsítésére használt Facebook posztok és releváns tartalmuk, megjelenési jellemzőkkel 2016. január 1. óta			
Állítás / Kommunikáció szövege	Kommunikációs eszköz	Megjelenés helye	Megjelenési ideje
[Facebook poszt szövege]: Miért BIO a BIOSZOLÁRIUM? Mert egészségtudatos: nem éget, nem szárítja a bőrt, nem ráncosít és teljesen biztonságos a használata. Természetes, karibi bőrszint ad, tartós és egyenletes barnulást biztosít. Fokozza a D-vitamin termelődést, így hozzájárul az immunrendszer erősödéséhez. Boldogsághormont (endorphin) termel, ami önbizalmat, magabiztosságot ad és optimistává tesz. Javítja a közérzetet, felölt energiával, egyensúlyba hoz, elősegíti a test és lélek harmóniáját. KIWISUN, ITT NEM ÉGSZ, BARNULSZ! #szolárium #szoli #bioszolárium #napozás #barnulás #flabélos #kiwisun #kiwisundebrecen #dvitamin #boldogsághormon #színterápia #karibibarnabőr [Facebook poszt fotóján látható]: A BARNULÁS ÚJ KORSZAKA! [zöld színnel] ZÖLD BIOSZOLÁRIUM A TERMÉSZET EREJÉVEL! [kiwisun embléma] [kisbetűvel] AZ EGÉSZSÉGTUDATOSOK SZOLÁRIUMA [zöld színű cső képe]	KiwiSun Szolárium Szalon Debrecen Facebook oldal (4202 like)	Debrecen	Közzététel: 2018. december 1. Képernyőmentés: 2019. március 14.
[Facebook poszt szövege]: A ZÖLD BIOSZOLÁRIUMOK HATÁSAI Komoly technológiai fejlesztés eredményeképpen a KiwiSun egy olyan szolárium rendszert mutatott be, amely egész Európában piacvezető	KiwiSun Szolárium Szalon Debrecen Facebook oldal	Debrecen	Közzététel: 2018. december 9. Képernyőmentés: 2019. március 14.

újdonságnak számít, ezáltal kíméletesen barnulva élvezhetőek a különleges hatások. - TERMÉSZETES KARIBI BARNA SZÍN. - BIO POZITÍV HATÁS, D-VITAMIN TERMELŐDÉS TERMÉSZETES ÚTON. - KÖZÉRZET JAVULÁS. - TESTI-LELKI FELTÖLTŐDÉS. - FOKOZZA A BOLDOGSÁG HORMON TERMELÉST. #szolárium #szoli #bioszolárium # napozás #barnulás #flabélos #kiwisun #kiwisundebrecen #dvitamin #boldogsághormon #színterápia #karibibarnabőr [Facebook poszt fotóján látható]: [matricán³⁵¹ olvasható, kisbetűs szöveg]: EU-KONFORM SZOLÁRIUM [kék alapon, nagyobb méretben, fehérrel kiemelten]: 0,3 W/m² EGÉSZSÉGTUDATOS VÁLASZTÁS [zöld növény leveleivel beborított cső képe]			
[Facebook poszt szövege]: #szexibarnabőr #dvitamin #boldogsághormon #kiwisun [Facebook poszt fotóján látható]: [zöld alapon fehérrel kiemelten]: BIOSOLARIUM A tudatos szoláriumozás [szolárium szalon fotója, kiwisun szoláriumgépekkel] [fehérrel kiemelten]: CSONTJAID ERŐSÍTI! NEM RÁNCOSÍT, NEM ÉGET!	KiwiSun Üllői út Facebook oldal (1489 like)	Budapest	Közzététel: 2018. november 6. Képernyőmentés: 2019. március 28.
[Facebook poszt fotóján látható]: A KiwiSun zöld bioszoláriuma fokozza az [vastag rózsaszínnel kiemelten] endorfin termelődését is.	KiwiSun Blaha Facebook oldal (824 like)	Budapest	Közzététel: 2018. szeptember 27. Képernyőmentés: 2019. április 9.

³⁵¹ Az érintett kommunikációs elem a továbbiakban, mint „0,3 W/m² matrica” szerepel.

[Facebook poszt szövege]: #zöld #bioszolárium #sexy #barna #bőr #boldogság #hormon #dvitamin #relax #vasárnapisnyitva #kiwisunblaha #csakakiwisun [Facebook poszt fotóján látható]: [kirakatfotón látható]: ZÖLD BIOSZOLÁRIUM SZEXI BARNA BŐR D-VITAMIN BOLDOGSÁGHORMON [zöld színű cső képe] [0,3 W/m² matrica képe]	KiwiSun Blaha Facebook oldal	Budapest	Közzététel: 2019. január 13. Képernyőmentés: 2019. április 9.
[Facebook poszt fotóján látható]: [zöld alapon kiemelten]: MIÉRT JÓ SZOLIZNI? [zöld alapon kiemelten]: A MÉRTÉKLETESÉG FIGYELEMBE VÉTELÉVEL ELMONDHATJUK A SZOLÁRIUMRÓL, HOGY SZÁMOS JÓTÉKONY HATÁSSAL RENDELKEZIK: AZ EMBERI SZERVEZET MŰKÖDÉSÉHEZ ELENEDHETETLEN A FÉNY. AZ UV-FÉNY LEGISMERTEBB POZITÍV HATÁSA, HOGY ELŐSEGÍTI A D-VITAMIN SZINTÉZISÉT, ÉS ÍGY CSÖKKENTI A CSONTRITKULÁS KIALAKULÁSÁNAK AZ ESÉLYÉT.	KiwiSun Blaha Facebook oldal	Budapest	Közzététel: 2018. november 7. Képernyőmentés: 2019. április 9. (Azonos posztok jelentek meg: • KiwiSun Hódmezővásárhely Facebook oldal 2017. március 3., 2019. február 23. • KiwiSun Margit krt. 48. Facebook oldal 2017. október 5. • KiwiSun Szépségszalon Bartók Facebook oldal 2017. május 3. • KiwiSun Érd Facebook oldal 2017. október 5. • KiwiSun Szolárium Szent István krt. 18. Facebook oldal 2017. május 3. • KiwiSun Veszprém

			Facebook oldal: 2017. március 9. • KiwiSun Miskolc Facebook oldal 2017. november 27. • KiwiSun Életmód Magazin Facebook oldal 2018. szeptember 12. • KiwiSun Érd Facebook oldal 2017. október 5., 2017. május 3.)
[Facebook poszt szövege]: Egészségtudatos szoli, karibi barna bőr, D-vitamin, boldogsághormon! #kiwisunblaha #csakakiwisun [Facebook poszt fotóján látható]: [0,3 W/m² matrica képe] EU-KONFORM EGÉSZSÉGES SZOLÁRIUM	KiwiSun Blaha Facebook oldal	Budapest	Közzététel: 2018. március 16. Képernyőmentés: 2019. április 9.
[Facebook poszt szövege]: Miért a KiwiSun? A KiwiSun egy olyan a világon egyedülálló szolárium koncepció, ahol nem ég meg a bőröd*, nem pirosodik, nem szárad ki, nem ráncosodik úgy, mint a hagyományos szoláriumokban, hanem kíméletesen és gyönyörűen barnul. Fokozódik a D-vitamin termelődés, amely ma elengedhetetlenül fontos; számos kutatás igazolta a D-vitamin szerepét különböző betegségek megelőzésében és az immunrendszer támogatásában.** Gépeink nem tartalmaznak kvarc halogén arc-, váll-, dekoltázs és lábszárbarnítókat alkalmazunk. Legújabb fejlesztésünk az új zöld bio szolárium, amely hosszantartó természetes karibi barnaságot eredményez, nincs a tipikus sárgás bőrszín, mert egy speciális fényt bocsát ki. A KiwiSun zöld bioszoláriuma fokozza az endorfin termelődését is. Az endorfin a BOLDOGSÁG hormonja, amely nagyrészt az UV fénynek köszönhetően termelődik az emberi szervezetben, ezáltal magabiztosabb,	KiwiSun Blaha Facebook oldal	Budapest	Közzététel: 2018. szeptember 25. Képernyőmentés: 2019. április 9.

optimistább, vidámabb leszel, így pedig a problémákhoz is másképp állsz hozzá! A vidám és felhőtlen ember kevesebbet beteg, belső egyensúlya biztosabb, önbizalma nő! Ezek a pozitív hatások a mentális stabilitást nyújtják számodra, átvezetnek a hétköznapi gondokon, így gyorsabban megtalálhatod az egyéni sikered, az egyéni boldogságod titkát! Számos egyéb pozitív biológiai hatása van; zöld színterápia, közérzetjavítás, egyensúlyba hoz. Az infra szolárium a napozás előtt az infrasugarak segítségével felmelegíti a bőrszint, kitágítja a pórusokat, így a barnulás mélyebben szebben és hosszantartóbban jön létre. A KiwiSun salonokban speciális szolárium kozmetikumok érhetők el, amelyek a barnulást felgyorsítják, elmélyítik és tartósabbá teszik, sőt természetes összetevőikkel táplálják a bőrt.			
[Facebook poszt szövege]: Tudtad hogy az álló szolárium gépünk szaunás? A hűvös időkbe igazi felüdülés, mellesleg Karibi barna színt is varázsol! [Facebook poszt fotóján látható]: [álló szoláriumgép képe] [nagyobb betűmérettel] kiwisun [zöld színnel] ZÖLD BIOSZOLÁRIUM KARIBI BARNA BŐR SZÍN D VITAMIN BOLDOGSÁGHORMON ZÖLD SZÍNTERÁPIA	KiwiSun Szolárium Siófok Facebook oldal (1523 like)	Siófok	Közzététel: 2018. november 24. Képernyőmentés: 2019. április 9.
[Facebook poszt szövege]: Hétfélig töltődésre fel! [Facebook poszt fotóján látható]: [kiwisun embléma] [álló szoláriumgép képe] [zöld színnel] ZÖLD	KiwiSun Szalon Békéscsaba Facebook oldal (4030 like)	Békéscsaba	Közzététel: 2018. november 2. Képernyőmentés: 2019. április 2.

BIOSZOLÁRIUM KARIBI BARNA BŐR SZÍN D VITAMIN BOLDOGSÁGHORMON ZÖLD SZÍNTERÁPIA			
[Facebook poszt fotóján látható]: [kiwisun békéscsaba embéma] MINŐSÉG ✓ BOLDOGSÁGHORMON ✓ TARTÓS BARNASÁG ✓	Kiwisun Szalon Békéscsaba Facebook oldal	Békéscsaba	Közzététel: 2018. április 8. Képernyőmentés: 2019. április 2.
[Facebook poszt szövege]: Szép hetet kíván Mindenkinek a kecskeméti KiwiSun szolárium! Érdekes beugranod hozzánk, hisz ebben a borongós időben bioszoláriumunk nemcsak a barnaságodról, de a D vitamin pótlásodról és a kellemes közérzetedről is gondoskodik!	KiwiSun Kecskemét Facebook oldal (2851 like)	Kecskemét	Közzététel: 2018. augusztus 27. Képernyőmentés: 2019. április 10.
[Facebook poszt szövege]: Reggeli kötelező olvasmány! #bioszolárium #kecskemét #zöldszínterápia Várunk Titeket szeretettel ma is, 21:30-ig! [Facebook poszt fotóján látható]: [beltéri fali poszterről készült kép]: A BARNULÁS ÚJ KORKSZAKA! ZÖLD BIOSZOLÁRIUM A TERMÉSZET EREJÉVEL [kiwisun logó, zöld színű cső képe] - KÍMÉLETESEN BARNÍT - JAVÍTTJA A KÖZÉRZETET , ENERGIZÁL - TERMÉSZETES ÉS RAGYOGÓ BŐRSZÍN - EGYENSÚLYBA HOZ [vastagon]: PRÓBÁLD KI	KiwiSun Kecskemét Facebook oldal	Kecskemét	Közzététel: 2019. február 3. Képernyőmentés: 2019. április 3. <i>(KiwiSun Hódmezővásárhely Facebook oldalán hasonló poszt: 2016. május 9.)</i>

ZÖLD SZÍNTERÁPIA [poster alján kisebb betűvel]: Előfordul olykor, hogy erőtlennek és kedvetlennek érzed magad? A színek alapvetően fontosak a test és lélek számára és hangulatunkra, tudatunkra hatással vannak. A színek energiák. Minden egyes színnek külön hullámhossza és frekvenciája van. Ennek következtében érezhetjük úgy, hogy nem csak vizuálisan hat, hanem a bőrön keresztül a tudatunkra is hatással van. A zöld a szívcsakra, a szerelem, a lendület, a zsendülő új élet, a magabiztosság, a termékenység, a remény és az egyensúly színe. [vastagon]: www.kiwisun.hu			
[Facebook poszt szövege]: KiwiSun Eger Egyetlen BIO Szolárium [Facebook poszt fotóján látható]: A BIOszoli nem kevesebb, TÖBB! - Hosszantartó, ragyogó barna bőr - Boldogsághormon termelődés - Nem szárítja a bőrt - Zöldszín terápia barnulás közben	KiwiSun Eger Facebook oldal (2278 like)	Eger	Közzététel: 2019. február 24. Képernyőmentés: 2019. április 3.
[Facebook poszt szövege]: Ha törödsz bőröd egészségével és nyugodt környezetben szeretnél karibi barnaságot elérni, akkor nincs jobb választás, mint a KiwiSun-BIO Szolárium Szalon Dunaújváros.	KiwiSun Szolárium Dunaújváros Facebook oldal (2184 like)	Dunaújváros	Közzététel: 2019. március 24. Képernyőmentés: 2019. március 28.
[Facebook poszt szövege]: Válaszd a minőséget! KiwiSun, az egészségtudatosak szolárium! [Facebook poszt fotóján látható]: [kiwisun embléma] ZÖLD BIO SZOLÁRIUM NEM ÉGSZ, BARNULSZ SZEXI BARNÁ BŐR D-VITAMIN BOLDOGSÁG-HORMON	KiwiSun Szolárium Dunaújváros Facebook oldal	Dunaújváros	Közzététel: 2019. március 26. Képernyőmentés: 2019. március 28.

PRÓBÁLD KI [0,3 W/m ² matrica képe]			
[Facebook poszt szövege]: KiwiSun! Dunaújvárosban az egyetlen BIOszolárium! Itt nem égsz, barnulsz! [Facebook poszt fotóján látható]: A BIOszoli nem kevesebb, TÖBB! - Hosszantartó ragyogó barna bőr - Boldogsághormon termelődés - Nem szárítja a bőrt - Zöldszín terápia barnulás közben	KiwiSun Szolárium Dunaújváros Facebook oldal	Dunaújváros	Közzététel: 2019. február 27. Képernyőmentés: 2019. március 28.
[Facebook poszt fotóján látható]: [nagyobb betűmérettel kiemelten]: Barnuljon biztonságosan, és legyen ÖN a legvonzóbb! [pirossal kiemelten]: Miért a KiwiSun Szolárium a legjobb választás? [kiwisun embléma] [kisbetűvel] AZ EGÉSZSÉGTUDATOSOK SZOLÁRIUMA 1. minden gépben EU 0,3-as biztonságos csövek működnek 2. egységes minőségellenőrzési és higiéniai rendszer garantálja a magas színvonalat 3. prémium kategóriás, csúcsminőségű csövek, központi csőcsere kontroll 4. egészséges és biztonságos barnulás, szabályozott kereteken belül 5. nincs bőrégés és veszélyes bőrpír, sőt a fehér bőrűek is végre élvezhetik 6. a D-vitamin termelődés növekszik, immunrendszerünk erősödik 7. egyenletes a barnulás, nincs fürdőruha árnyék 8. a szabadtéri napozás bőrkárosító hatásai elkerülhetők 9. felső kategóriás szolgáltatás, mérsékelt áron	KiwiSun Szolárium Dunaújváros Facebook oldal	Dunaújváros	Közzététel: 2019. február 27. Képernyőmentés: 2019. március 28.
[Facebook poszt szövege]: Tudtad? A tél végére a magyarok legalább kétharmada szenved D-vitamin-hiányban. Pedig ez a vitamin az egyik legtöbb szervre ható építőköve az emberi szervezetnek. Ennek a vitaminnak a hiánya az egyik legkomolyabb népegészségügyi probléma ma Magyarországon, ezért	KiwiSun Szolárium Dunaújváros Facebook oldal	Dunaújváros	Közzététel: 2019. február 25. Képernyőmentés: 2019. március 28.

néhány éve már orvosok is indítottak kampányt a lakosság felvilágosításáért. A bioszolárium segíti a szervezetet a D-vitamin termelésben, ezért a téli időszakban használatával könnyebben elkerülhetőek a betegségek! [Facebook poszt fotóján látható]: D-vitamin: Csökkenti a rákkockázatát. Gyulladáscsökkentő. Több mint. 2000 gént szabályoz. Hatékony a depresszió ellen. Csökkenti a vérnyomást. Segít az optimális testsúly beállításában. Erősíti a csontokat, megelőzi a csonttritkulást. Segít a szklerózis multiplexben és az autizmusban szenvedőknek.			
[Facebook poszt szövege]: „Fáradtnak tűnsz, mintha nem a régi volnál...” Hát akkor ideje egyet beugrani bioszozlizni! D-vitamin feltöltődés, energizálódás! Ráadásaként szép, egészséges barna leszél! Kiwisun, itt nem égsz, barnulsz! Várunk ma is szeretettel 9-21 óráig!	KiwiSun Szolárium Dunaújváros Facebook oldal	Dunaújváros	Közzététel: 2019. január 26. Képernyőmentés: 2019. március 28.
[Facebook poszt szövege]: Tudtad? A KiwiSun az egyetlen sugárbiológiaiilag igazolt szolárium-rendszer. Gépeink minőségét rendszeresen ellenőrzik a szakemberek, hogy Te mindig biztonságosan szolizhass! KiwiSun. Itt nem égsz, barnulsz [Facebook poszt fotóján látható]: [kiwisun embléma] ZÖLD BIO SZOLÁRIUM A természet erejével [zöld növény leveleivel beborított cső képe] Legyél velünk még vonzóbb és még egészségesebb!	KiwiSun Szolárium Dunaújváros Facebook oldal	Dunaújváros	Közzététel: 2019. január 22. Képernyőmentés: 2019. március 28. (Kiwisun Nyíregyháza Facebook oldalon hasonló poszt: 2016. január 5.)

- kíméletes barnítás - természetes és ragyogó barna szín - zöld színterápia - megnyugtat, egyensúlyba hoz			
[Facebook poszt fotóján látható]: [kiwisun embléma] A KiwiSun egy olyan, a világon egyedülálló szolárium koncepció, ahol nem ég meg a bőröd*, nem pirosodik, nem szárad ki, nem ráncosodik úgy, mint a hagyományos szoláriumokban, hanem kíméletesen és gyönyörűen barnul. *a bőrtípusnak megfelelő dozírozással	KiwiSun Szolárium Dunaújváros Facebook oldal	Dunaújváros	Közzététel: 2019. január 4. Képernyőmentés: 2019. március 28.
[Facebook poszt fotóján látható]: [zöld alapon kiemelten]: MIÉRT JÓ SZOLIZNI? [zöld alapon kiemelten]: A MÉRTÉKLETESSÉG FIGYELEMBE VÉTELÉVEL ELMONDHATJUK A SZOLÁRIUMRÓL, HOGY SZÁMOS JÓTÉKONY HATÁSSAL RENDELKEZIK: AZ EMBERI SZERVEZET MŰKÖDÉSÉHEZ ELENEDHETETLEN A FÉNY. AZ UV-FÉNY LEGISMERTEBB POZITÍV HATÁSA, HOGY ELŐSEGÍTI A D-VITAMIN SZINTÉZISÉT, ÉS ÍGY CSÖKKENTI A CSONTRITKULÁS KIALAKULÁSÁNAK AZ ESÉLYÉT.	KiwiSun Hódmezővásárhely Facebook oldal (2202 like)	Hódmezővásárhely	Közzététel: 2017. március 3., 2019. február 23. Képernyőmentés: 2019. április 9.
[Facebook poszt fotóján látható]: [zöld alapon nagybetűvel kiemelten]: MIÉRT JÓ SZOLIZNI? [zöld alapon feketével kiemelten]: A MÉRTÉKLETESSÉG FIGYELEMBE VÉTELÉVEL ELMONDHATJUK A SZOLÁRIUMRÓL, HOGY SZÁMOS JÓTÉKONY HATÁSSAL RENDELKEZIK: [zöld alapon fehérrel kiemelten]: SERKENTI A HORMON- ÉS AZ IMMUNRENDSZER MŰKÖDÉSÉT, ÍGY A TÉLI MEGFÁZÁSOK MEGELŐZÉSÉRE IS ALKALMAZHATÓ. [KiwiSun Életmód Magazin vízjel a kép bal alsó sarkában]	KiwiSun Hódmezővásárhely Facebook oldal	Hódmezővásárhely	Közzététel: 2017. január 14., 2018. január 10., 2018. február 24., Képernyőmentés: 2019. augusztus 27.
[Facebook-poszt szövege]: A KiwiSun egy olyan a világon egyedülálló szolárium koncepció, ahol	KiwiSun Hódmezővásárhely	Hódmezővásárhely	Közzététel: 2017. január 23. Képernyőmentés: 2019.

nem ég meg a bőröd*, nem pirosodik, nem szárad ki, nem ráncosodik úgy, mint a hagyományos szoláriumokban, hanem kíméletesen és gyönyörűen barnul. *a bőrtípusnak megfelelő dozírozással [Facebook poszt fotóján látható]: [kiwisun zalaegerszeg embléma] [kiwisun szoláriumgép fotója]	Facebook oldal		augusztus 27. (Kiwisun Zalaegerszeg és Kontúr Beauty Facebook oldalán azonos poszt: 2017. január 23.)
[Facebook poszt fotóján látható]: A BARNULÁS ÚJ KORSZAKA! ZÖLD BIO SZOLÁRIUM A TERMÉSZET EREJÉVEL! [kiwisun embléma] [kisbetűvel]: AZ EGÉSZSÉGTUDATOSOK SZOLÁRIUMA [zöld színű cső képe] - KÍMÉLETESEN BARNÍTÁS - TERMÉSZETES ÉS RAGYOGÓ BŐRSZÍN - ZÖLD SZÍNTERÁPIA - MEGNYUGTAT, EGYENSÚLYBA HOZ [vastagon]: PRÓBÁLD KI [vastagon]: ZÖLD SZÍNTERÁPIA [alul kisebb betűvel]: Előfordul olykor, hogy erőtlennek és kedvetlennek érzed magad? A színek alapvetően fontosak a test és lélek számára és hangulatunkra, tudatunkra hatással vannak. A színek energiák. Minden egyes színnek külön hullámhossza és frekvenciája van. Ennek következtében érezhetjük úgy, hogy nem csak vizuálisan hat, hanem a bőrön keresztül a tudatunkra is hatással van. A zöld a szívcsakra, a szerelem, a lendület, a zsendülő új élet, a magabiztosság, a termékenység, a remény és az egyensúly színe. [vastagon]: www.kiwisun.hu	Kiwisun Hódmezővásárhely Facebook oldal	Hódmezővásárhely	Közzététel: 2016. május 9. Képernyőmentés: 2019. augusztus 27. (Kiwisun Kecskemét Facebook oldalán hasonló poszt: 2019. február 3.)
[Facebook poszt fotóján látható]: [zöld alapon nagybetűvel kiemelten]: MIÉRT JÓ SZOLIZNI? [zöld alapon feketével kiemelten]: A MÉRTÉKLETESSÉG FIGYELEMBE VÉTELÉVEL ELMONDHATJUK A SZOLÁRIUMRÓL, HOGY SZÁMOS JÓTÉKONY HATÁSSAL	Kiwisun Margit krt. 48. Facebook oldal (529 like)	Budapest	Közzététel: 2018. február 24. Képernyőmentés: 2019. április 9.

RENDELKEZIK: [zöld alapon fehérrel kiemelten]: SERKENTI A HORMON- ÉS AZ IMMUNRENDSZER MŰKÖDÉSÉT, ÍGY A TÉLI MEGFÁZÁSOK MEGELŐZÉSÉRE IS ALKALMAZHATÓ.			
[Facebook poszt szövege]: Miért a KiwiSun? A KiwiSun egy olyan a világon egyedülálló szolárium koncepció , ahol nem ég meg a bőröd, nem pirosodik, nem szárad ki, nem ráncosodik úgy, mint a hagyományos szoláriumokban, hanem kíméletesen és gyönyörűen barnul.	KiwiSun Margit krt. 48. Facebook oldal	Budapest	Közzététel: 2017. augusztus 31. Képernyőmentés: 2019. április 9. (Azonos poszt: KiwiSun Szent István krt. 18 Facebook oldal: 2017. augusztus 31.)
[Facebook poszt fotóján látható]: [zöld alapon kiemelten]: MIÉRT JÓ SZOLIZNI? [zöld alapon kiemelten]: A MÉRTÉKLETESÉG FIGYELEMBE VÉTELÉVEL ELMONDHATJUK A SZOLÁRIUMRÓL, HOGY SZÁMOS JÓTÉKONY HATÁSSAL RENDELKEZIK: AZ EMBERI SZERVEZET MŰKÖDÉSÉHEZ ELENGEDHETETLEN A FÉNY. AZ UV-FÉNY LEGISMERTEBB POZITÍV HATÁSA, HOGY ELŐSEGÍTI A D-VITAMIN SZINTÉZISÉT, ÉS ÍGY CSÖKKENTI A CSONTRITKULÁS KIALAKULÁSÁNAK AZ ESÉLYÉT.	KiwiSun Margit krt. 48. Facebook oldal	Budapest	Közzététel: 2017. október 5. Képernyőmentés: 2019. szeptember 11.
[Facebook poszt fotóján látható]: MIÉRT JÓ SZOLIZNI? A MÉRTÉKLETESÉG FIGYELEMBE VÉTELÉVEL ELMONDHATJUK A SZOLÁRIUMRÓL, HOGY SZÁMOS JÓTÉKONY HATÁSSAL RENDELKEZIK: FÉNYSZEGÉNY TÉLI IDŐSZAKBAN A DEPRESSZIÓ KIVÁLÓ ELLENSZERE.	KiwiSun Margit krt. 48. Facebook oldal	Budapest	Közzététel: 2017. november 18. Képernyőmentés: 2019. szeptember 11.
[Facebook poszt szövege]: A KiwiSun egy olyan a világon egyedülálló szolárium koncepció , ahol nem ég meg a bőröd, nem pirosodik, nem szárad ki, nem ráncosodik úgy, mint egy hagyományos szoláriumban, hanem kíméletesen és gyönyörűen	KiwiSun Margit krt. 48. Facebook oldal	Budapest	Közzététel: 2017. augusztus 31., 2018. május 8. Képernyőmentés: 2019. szeptember 11.

barnul.			(Azonos poszt: KiwiSun Szolárium Szent István krt. 18 Facebook oldal: 2018. május 8.)
[Facebook poszt fotóján látható]: [KiwiSun szolárium képe] [Facebook poszt szövege]: A KiwiSun egy olyan a világon egyedülálló szolárium koncepció, ahol nem ég meg a bőröd*, nem pirosodik, nem szárad ki, nem ráncosodik úgy, mint egy hagyományos szoláriumban, hanem kíméletesen és gyönyörűen barnul. *a bőrtípusnak megfelelő dozírozással	KiwiSun Margit krt. 48. Facebook oldal	Budapest	Közzététel: 2017. január 23. Képernyőmentés: 2019. szeptember 11. (Azonos poszt: KiwiSun Rózsadomb Facebook oldal: 2017. január 23., KiwiSun Szent István krt. 18 Facebook oldal: 2017. január 23.)
[Facebook poszt szövege]: A KiwiSun egy olyan a világon egyedülálló szolárium koncepció, ahol nem ég meg a bőröd*, nem pirosodik, nem szárad ki, nem ráncosodik úgy, mint egy hagyományos szoláriumban, hanem kíméletesen és gyönyörűen barnul. Fokozódik a D-vitamin termelődés, amely ma elengedhetetlenül fontos; számos kutatás igazolta a D-vitamin szerepét különböző betegségek megelőzésében és az immunrendszer támogatásában.** *: a bőrtípusnak megfelelő dozírozással **: Dr. Nicolai Worm: A gyógyító D - Hogyan véd meg a napfényvitamin a szívinfarktus, a rák és más civilizációs betegségektől (könyv), Szendi Gábor: Napfény vitamin (könyv), http://termalonline.hu/gyogykezelesek/foorvos-d-vitaminrol	KiwiSun Margit krt. 48. Facebook oldal	Budapest	Közzététel: 2016. október 17. Képernyőmentés: 2019. április 9.
[Facebook poszt fotóján látható]: [KiwiSun szoláriumot használó nő képe] [Facebook poszt szövege]: Gyere és használd ki a mai nap akcióját! 10 perc ingyen! A szolárium szebb és tisztább bőrt biztosít, a sejt anyagcsere felgyorsítása a szövetek fokozott oxigén-ellátásához vezet és	KiwiSun Margit krt. 48. Facebook oldal	Budapest	Közzététel: 2016. október 5. Képernyőmentés: 2019. ápr. 9. (Azonos poszt: KiwiSun Rózsadomb Facebook oldal, KiwiSun Szent István krt. 18

megakadályozza a bőrrendellenességek kialakulását. A szolárium segít bőr-rendellenességek esetében is! Aknés és egyéb kóros bőrelváltozások sikeresen kezelhetők ultraibolya sugarakkal. Javítja a test immunrendszerét, az ultraibolya sugárzás aktiválja a fehérvérsejteket, amelyek a testet megtámadó baktériumok ellen harcolnak. Az ultraibolya sugárzásnak kiegyensúlyozó hatása van az idegrendszerre, pozitívan befolyásolja a vegetatív idegrendszert és a pszichikumot, általánosan jó közérzetet biztosít.			Facebook oldal: 2016. október 5.)
[Facebook poszt szövege]: Legújabb fejlesztésünk az új zöld bio szolárium, amely hosszantartó természetes karibi barnaságot eredményez, nincs tipikus sárgás bőrszín, mert egy speciális fényt bocsát ki.	KiwiSun Margit krt. 48. Facebook oldal	Budapest	Közzététel: 2017. szeptember 2. Képernyőmentés: 2019. szeptember 11.
[Facebook poszt fotóján látható]: [KiwiSun szoláriumot használó nő képe, 0,3 W/m² matrica] [Facebook poszt szövege]: Miért a Kiwisun? Gépeink nem tartalmaznak kvarc halogén arcbarbit, hanem kizárólag egészségtudatos, arc-, váll-, dekoltázs és lábszárbarnítókat alkalmazunk. Legújabb fejlesztésünk az új zöld bio szolárium, amely hosszantartó természetes karibi barnaságot eredményez, nincs a tipikus sárgás bőrszín, mert egy speciális fényt bocsát ki.	KiwiSun Margit krt. 48. Facebook oldal	Budapest	Közzététel: 2016. október 18. Képernyőmentés: 2019. szeptember 11. (Azonos poszt: KiwiSun Rózsadomb Facebook oldal, KiwiSun Szent István krt. 18. Facebook oldal: 2016. október 18.)
[Facebook poszt fotóján látható]: [KiwiSun szoláriumot használó nő képe] [Facebook poszt szövege]: A KiwiSun egy olyan a világon egyedülálló szolárium koncepció, ahol nem ég meg a bőröd, nem pirosodik, nem szárad ki, nem ráncosodik úgy, mint egy hagyományos szoláriumban, hanem kíméletesen és gyönyörűen barnul.	KiwiSun Rózsadomb Facebook oldal (504 like)	Budapest	Közzététel: 2018. május 8. Képernyőmentés: 2019. szeptember 11.
[Facebook poszt szövege]: Most már nem csak barnuláshoz, hanem felmelegedéshez is ajánljuk! [Facebook poszt fotóján látható]: [zöld alapon nagybetűvel kiemelten]: MIÉRT JÓ SZOLIZNI? [zöld alapon feketével kiemelten]: A MÉRTÉKLETESSÉG	KiwiSun Rózsadomb Facebook oldal	Budapest	Közzététel: 2017. november 27. Képernyőmentés: 2019. szeptember 11.

FIGYELEMBE VÉTELÉVEL ELMONDHATJUK A SZOLÁRIUMRÓL, HOGY SZÁMOS JÓTÉKONY HATÁSSAL RENDELKEZIK: [zöld alapon fehérrel kiemelten]: SERKENTI A HORMON- ÉS AZ IMMUNRENDSZER MŰKÖDÉSÉT, ÍGY A TÉLI MEGFÁZÁSOK MEGELŐZÉSÉRE IS ALKALMAZHATÓ.			
[Facebook poszt fotóján látható]: [KiwiSun szolárium képe] [Facebook poszt szövege]: A KiwiSun egy olyan a világon egyedülálló szolárium koncepció , ahol nem ég meg a bőröd*, nem pirosodik, nem szárad ki, nem ráncosodik úgy, mint egy hagyományos szoláriumban, hanem kíméletesen és gyönyörűen barnul. *a bőrtípusnak megfelelő dozírozással	KiwiSun Rózsadomb Facebook oldal	Budapest	Közzététel: 2017. január 23. Képernyőmentés: 2019. szeptember 11.
[Facebook poszt fotóján látható]: [KiwiSun szoláriumot használó nő képe, 0,3 W/m ² matrica] [Facebook poszt szövege]: Miért a Kiwisun? Gépeink nem tartalmaznak kvarc halogén arc barnítót, hanem kizárólag egészségtudatos, arc-, váll-, dekoltázs és lábszárbarnítókat alkalmazunk. Legújabb fejlesztésünk az új zöld bio szolárium , amely hosszantartó természetes karibi barnaságot eredményez, nincs a tipikus sárgás bőrszín, mert egy speciális fényt bocsát ki.	KiwiSun Rózsadomb Facebook oldal	Budapest	Közzététel: 2016. október 18. Képernyőmentés: 2019. szeptember 11.
[Facebook poszt fotóján látható]: A KiwiSun zöld bioszolárium fokozza az [vastagon rózsaszínnel kiemelten] endorfin termelődését is.	KiwiSun Rózsadomb Facebook oldal	Budapest	Közzététel: 2016. október 20. Képernyőmentés: 2019. szeptember 11. (Azonos poszt: KiwiSun Szent István krt. 18 Facebook oldal: 2018. augusztus 25.)
[Facebook poszt fotóján látható]: [KiwiSun szoláriumot használó nő képe] [Facebook poszt szövege]: Gyere és használd ki a mai nap akcióját! 10 perc ingyen!	KiwiSun Rózsadomb Facebook oldal	Budapest	Közzététel: 2016. október 5. Képernyőmentés: 2019. szeptember 11.

A szolárium szebb és tisztább bőrt biztosít, a sejt anyagcsere felgyorsítása a szövetek fokozott oxigén-ellátásához vezet és megakadályozza a bőrrendellenességek kialakulását. A szolárium segít bőr-rendellenességek esetében is! Aknés és egyéb kóros bőrelváltozások sikeresen kezelhetők ultraibolya sugarakkal. Javítja a test immunrendszerét, az ultraibolya sugárzás aktiválja a fehérvérsejteket, amelyek a testet megtámadó baktériumok ellen harcolnak. Az ultraibolya sugárzásnak kiegyensúlyozó hatása van az idegrendszerre, pozitívan befolyásolja a vegetatív idegrendszert és a pszichikumot, általánosan jó közérzetet biztosít.			
[Facebook poszt fotóján látható]: [kirakatfotó]: BIOSZOLÁRIUM kiwisun TANNING SALON ZÖLD BIOSZOLÁRIUM KARIBI BARNA BŐR D-VITAMIN BOLDOGSÁGHORMON [zöld szoláriumcső képe] [0,3 W/m² matrica képe] GREEN NATURAL TANNING CARRIBEAN BROWN SKIN VITAMIN D HAPPY HORMONES MEGNYITOTTUNK! 50 % KEDVEZMÉNY [kisbetűvel]: a szoláriumozás listaárából [Facebook poszt szövege]: MEGNYITOTTUNK! GYERTEK VÁRUNK SZERETETTEL!!! MOST 50% kedvezmény, ajándék Nespresso kávé, ásványvíz. Exkluzív környezet, ingyenes parkolás. Cím: Bp. II. Törökvész út. 30.	KiwiSun Rózsadomb Facebook oldal	Budapest	Közzététel: 2016. március 1. Képernyőmentés: 2019. szeptember 11.
[Facebook poszt fotóján látható]: A KiwiSun zöld bioszoláriuma fokozza az [vastagon rózsaszínnel kiemelten] endorfin termelődését is.	KiwiSun Szent István krt. 18 Facebook oldal	Budapest	Közzététel: 2018. augusztus 25. Képernyőmentés: 2019. április

	(596 like)		9.
[Facebook poszt szövege]: A KiwiSun zöld bioszoláriuma fokozza az endorfin termelődését is. Az endorfin a BOLDOGSÁG hormonja, amely nagyrészt az UV-fénynek köszönhetően termelődik az ember szervezetében, ezáltal magabiztosabb, optimistább, vidámabb leszel, így pedig a problémákhoz is másképp állsz hozzá.	KiwiSun Szent István krt. 18. Facebook oldal	Budapest	Közzététel: 2018. május 12. Képernyőmentés: 2019. április 9.
[Facebook poszt fotóján látható]: [KiwiSun szoláriumot használó nő képe] [Facebook poszt szövege]: A KiwiSun egy olyan a világon egyedülálló szolárium koncepció, ahol nem ég meg a bőröd, nem pirosodik, nem szárad ki, nem ráncosodik úgy, mint egy hagyományos szoláriumban, hanem kíméletesen és gyönyörűen barnul.	KiwiSun Szent István krt. 18. Facebook oldal	Budapest	Közzététel: 2018. május 8. Képernyőmentés: 2019. szeptember 11.
[Facebook poszt fotóján látható]: [zöld alapon nagybetűvel kiemelten]: MIÉRT JÓ SZOLIZNI? [zöld alapon feketével kiemelten]: A MÉRTÉKLETESSÉG FIGYELEMBE VÉTELÉVEL ELMONDHATJUK A SZOLÁRIUMRÓL, HOGY SZÁMOS JÓTÉKONY HATÁSSAL RENDELKEZIK: [zöld alapon fehérrel kiemelten]: SERKENTI A HORMON- ÉS AZ IMMUNRENDSZER MŰKÖDÉSÉT, ÍGY A TÉLI MEGFÁZÁSOK MEGELŐZÉSÉRE IS ALKALMAZHATÓ.	KiwiSun Szent István krt. 18. Facebook oldal	Budapest	Közzététel: 2018. január 10. Képernyőmentés: 2019. szeptember 11.
[Facebook poszt szövege]: Most már nem csak barnuláshoz, hanem felmelegedéshez is ajánljuk! [Facebook poszt fotóján látható]: [zöld alapon nagybetűvel kiemelten]: MIÉRT JÓ SZOLIZNI? [zöld alapon feketével kiemelten]: A MÉRTÉKLETESSÉG FIGYELEMBE VÉTELÉVEL ELMONDHATJUK A SZOLÁRIUMRÓL, HOGY SZÁMOS JÓTÉKONY HATÁSSAL RENDELKEZIK: [zöld alapon fehérrel kiemelten]: SERKENTI A HORMON- ÉS AZ IMMUNRENDSZER MŰKÖDÉSÉT, ÍGY A TÉLI MEGFÁZÁSOK	KiwiSun Szent István krt. 18. Facebook oldal	Budapest	Közzététel: 2017. november 27. Képernyőmentés: 2019. szeptember 11.

MEGELŐZÉSÉRE IS ALKALMAZHATÓ.			
[Facebook poszt szövege]: Legújabb fejlesztésünk az új zöld bio szolárium , amely hosszantartó természetes karibi barnaságot eredményez, nincs tipikus sárgás bőrszín, mert egy speciális fényt bocsát ki .	KiwiSun Szent István krt. 18. Facebook oldal	Budapest	Közzététel: 2017. szeptember 2. Képernyőmentés: 2019. szeptember 11.
[Facebook poszt szövege]: Miért a KiwiSun? A KiwiSun egy olyan a világon egyedülálló szolárium koncepció , ahol nem ég meg a bőröd, nem pirosodik, nem szárad ki, nem ráncosodik úgy, mint a hagyományos szoláriumokban, hanem kíméletesen és gyönyörűen barnul.	KiwiSun Szent István krt. 18. Facebook oldal	Budapest	Közzététel: 2017. augusztus 31. Képernyőmentés: 2019. szeptember 11.
[Facebook poszt fotóján látható]: [zöld alapon kiemelten]: MIÉRT JÓ SZOLIZNI? [zöld alapon kiemelten]: A MÉRTÉKLETESÉG FIGYELEMBE VÉTELÉVEL ELMONDHATJUK A SZOLÁRIUMRÓL, HOGY SZÁMOS JÓTÉKONY HATÁSSAL RENDELKEZIK: AZ EMBERI SZERVEZET MŰKÖDÉSÉHEZ ELENGEDHETETLEN A FÉNY. AZ UV-FÉNY LEGISMERTEBB POZITÍV HATÁSA, HOGY ELŐSEGÍTI A D-VITAMIN SZINTÉZISÉT, ÉS ÍGY CSÖKKENTI A CSONTRITKULÁS KIALAKULÁSÁNAK AZ ESÉLYÉT.	KiwiSun Szent István krt. 18. Facebook oldal	Budapest	Közzététel: 2017. május 3. Képernyőmentés: 2019. szeptember 11.
[Facebook poszt fotóján látható]: [KiwiSun szolárium képe] [Facebook poszt szövege]: A KiwiSun egy olyan a világon egyedülálló szolárium koncepció , ahol nem ég meg a bőröd*, nem pirosodik, nem szárad ki, nem ráncosodik úgy, mint egy hagyományos szoláriumban, hanem kíméletesen és gyönyörűen barnul. *a bőrtípusnak megfelelő dozírozással	KiwiSun Szent István krt. 18. Facebook oldal	Budapest	Közzététel: 2017. január 23. Képernyőmentés: 2019. szeptember 11.
[Facebook poszt fotóján látható]: [KiwiSun szoláriumot használó nő képe, 0,3 W/m ² matrica] [Facebook poszt szövege]: Miért a Kiwisun? Gépeink nem tartalmaznak kvarc halogén arc barnítót, hanem kizárólag	KiwiSun Szent István krt. 18. Facebook oldal	Budapest	Közzététel: 2016. október 18. Képernyőmentés: 2019. szeptember 11.

egészségtudatos, arc-, váll-, dekoltázs és lábszárbarnítót alkalmazunk. Legújabb fejlesztésünk az új zöld bio szolárium, amely hosszantartó természetes karibi barnaságot eredményez, nincs a tipikus sárgás bőrszín, mert egy speciális fényt bocsát ki.			
[Facebook poszt fotóján látható]: [KiwiSun szoláriumot használó nő képe] [Facebook poszt szövege]: Gyere és használd ki a mai nap akcióját! 10 perc ingyen! A szolárium szebb és tisztább bőrt biztosít, a sejt anyagcsere felgyorsítása a szövetek fokozott oxigén-ellátásához vezet és megakadályozza a bőrrendellenességek kialakulását. A szolárium segít bőr-rendellenességek esetében is! Aknés és egyéb kóros bőrelváltozások sikeresen kezelhetők ultraibolya sugarakkal. Javítja a test immunrendszerét, az ultraibolya sugárzás aktiválja a fehérvérsejteket, amelyek a testet megtámadó baktériumok ellen harcolnak. Az ultraibolya sugárzásnak kiegyensúlyozó hatása van az idegrendszerre, pozitívan befolyásolja a vegetatív idegrendszert és a pszichikumot, általánosan jó közérzetet biztosít.	KiwiSun Szent István krt. 18. Facebook oldal	Budapest	Közzététel: 2016. október 5. Képernyőmentés: 2019. szeptember 11.
[Facebook poszt fotóján látható]: [zöld alapon kiemelten]: MIÉRT JÓ SZOLIZNI? [zöld alapon kiemelten]: A MÉRTÉKLETESÉG FIGYELEMBE VÉTELÉVEL ELMONDHATJUK A SZOLÁRIUMRÓL, HOGY SZÁMOS JÓTÉKONY HATÁSSAL RENDELKEZIK: AZ EMBERI SZERVEZET MŰKÖDÉSÉHEZ ELENGEDHETETLEN A FÉNY. AZ UV-FÉNY LEGISMERTEBB POZITÍV HATÁSA, HOGY ELŐSEGÍTI A D-VITAMIN SZINTÉZISÉT, ÉS ÍGY CSÖKKENTI A CSONTRITKULÁS KIALAKULÁSÁNAK AZ ESÉLYÉT.	KiwiSun Szépségszalon Bartók Facebook oldal (339 like)	Budapest	Közzététel: 2017. május 3. Képernyőmentés: 2019. július 10.
[Facebook poszt szövege]: ...akinek egy kis boldogságra van szüksége, szeretettel várjuk! [Facebook poszt fotóján látható]: A KiwiSun zöld bioszoláriuma fokozza az [vastag rózsaszínnel kiemelten] endorfin termelődését is.	Kiwisun Veszprém Facebook oldal (1461 like)	Veszprém	Közzététel: 2017. március 14. Képernyőmentés: 2019. szeptember 12.

[Facebook poszt szövege]: Tudtátok? Ezért lesz jobb a kedvetek, miután nálunk jártatok! [Facebook poszt fotóján látható]: A KiwiSun zöld bioszoláriuma fokozza az [vastag rózsaszínnel kiemelten] endorfin termelődését is. [kiwisun életmód magazin]	Kiwisun Veszprém Facebook oldal	Veszprém	Közzététel: 2016. október 21. Képernyőmentés: 2019. szeptember 12.
[Facebook poszt szövege]: Ma éjfélig még a tart a Kiwisun szeptember eleji promóciója, és emellett párhuzamosan itt a kuponos akciónk is! [Facebook poszt fotóján látható]: Nők Lapja kuponakció [zölddel nagybetűvel]: ZÖLD BIOSZOLÁRIUM # SZEXI BARNA BŐR # D-VITAMIN # BOLDOGSÁGHORMON [kiwisun embléma] [zöld színű cső képe] [pirossal nagybetűvel kiemelten]: 25% kedvezmény [zöld színű cső képe] ITT NEM ÉGSZ, BARNULSZ! 10 alkalom szolárium listaárából A kupon beváltható a hátoldalon felsorolt KiwiSun szolárium salonokban 2016. szeptember 30-ig. [akcióban részt vevő salonok listája] www.kiwisun.hu www.facebook.com/Kiwisuneletmodmagazin	Kiwisun Veszprém Facebook oldal	Veszprém	Közzététel: 2016. szeptember 18. Képernyőmentés: 2019. szeptember 12
[Facebook poszt szövege]: Tudjuk, hogy tudjátok, de nem lehet elégyszer ismételni! [Facebook poszt fotóján látható]: [zöld alapon kiemelten]: MIÉRT JÓ SZOLIZNI? [zöld alapon kiemelten]: A MÉRTÉKLETESSÉG FIGYELEMBE VÉTELÉVEL ELMONDHATJUK A SZOLÁRIUMRÓL, HOGY SZÁMOS JÓTÉKONY HATÁSSAL RENDELKEZIK: AZ EMBERI SZERVEZET MŰKÖDÉSÉHEZ ELENEDHETETLEN A	Kiwisun Veszprém Facebook oldal	Veszprém	Közzététel: 2017. március 9. Képernyőmentés: 2019. szeptember 12.

FÉNY. AZ UV-FÉNY LEGISMERTEBB POZITÍV HATÁSA, HOGY ELŐSEGÍTI A D-VITAMIN SZINTÉZISÉT, ÉS ÍGY CSÖKKENTI A CSONTRITKULÁS KIALAKULÁSÁNAK AZ ESÉLYÉT.			
<i>[Facebook poszt szövege]:</i> Boldogság és barnaság! Mi kell még? <i>[Facebook poszt fotóján látható]:</i> BOLDOGSÁGHORMONOK betöltése folyamatban... készítsd elő a KiwiSun bérleted	Kiwisun Veszprém Facebook oldal	Veszprém	Közzététel: 2017. március 3. Képernyőmentés: 2019. szeptember 12.
<i>[Facebook poszt fotóján látható]:</i> MIÉRT JÓ SZOLIZNI? A MÉRTÉKLETESÉG FIGYELEMBE VÉTELÉVEL ELMONDHATJUK A SZOLÁRIUMRÓL, HOGY SZÁMOS JÓTÉKONY HATÁSSAL RENDELKEZIK: FÉNYSZEGÉNY TÉLI IDŐSZAKBAN A DEPRESSZIÓ KIVÁLÓ ELLENSZERE.	KiwiSun Érd Facebook oldal (1097 like)	Érd	Közzététel: 2017. november 18. Képernyőmentés: 2019. szeptember 12.
<i>[Facebook poszt szövege]:</i> Most már nem csak barnuláshoz, hanem felmelegedéshez is ajánljuk! <i>[Facebook poszt fotóján látható]:</i> [zöld alapon kiemelten]: MIÉRT JÓ SZOLIZNI? [zöld alapon kiemelten]: A MÉRTÉKLETESÉG FIGYELEMBE VÉTELÉVEL ELMONDHATJUK A SZOLÁRIUMRÓL, HOGY SZÁMOS JÓTÉKONY HATÁSSAL RENDELKEZIK: AZ EMBERI SZERVEZET MŰKÖDÉSÉHEZ ELENEDHETETLEN A FÉNY. AZ UV-FÉNY LEGISMERTEBB POZITÍV HATÁSA, HOGY ELŐSEGÍTI A D-VITAMIN SZINTÉZISÉT, ÉS ÍGY CSÖKKENTI A CSONTRITKULÁS KIALAKULÁSÁNAK AZ ESÉLYÉT.	KiwiSun Érd Facebook oldal	Érd	Közzététel: 2017. november 27. Képernyőmentés: 2019. szeptember 12.
<i>[Facebook poszt fotóján látható]:</i> [zöld alapon kiemelten]: MIÉRT JÓ SZOLIZNI? [zöld alapon kiemelten]: A MÉRTÉKLETESÉG FIGYELEMBE VÉTELÉVEL ELMONDHATJUK A SZOLÁRIUMRÓL, HOGY SZÁMOS JÓTÉKONY HATÁSSAL RENDELKEZIK:	KiwiSun Érd Facebook oldal	Érd	Közzététel: 2017. október 5., 2017. május 3. Képernyőmentés: 2019. szeptember 12.

AZ EMBERI SZERVEZET MŰKÖDÉSÉHEZ ELENEDHETETLEN A FÉNY. AZ UV-FÉNY LEGISMERTEBB POZITÍV HATÁSA, HOGY ELŐSEGÍTI A D-VITAMIN SZINTÉZISÉT, ÉS ÍGY CSÖKKENTI A CSONTRITKULÁS KIALAKULÁSÁNAK AZ ESÉLYÉT.			
[Facebook poszt szövege]: Legújabb fejlesztésünk az új zöld bio szolárium , amely hosszantartó természetes karibi barnaságot eredményez, nincs a tipikus sárgás bőrszín, mert egy speciális fényt bocsát ki .	KiwiSun Érd Facebook oldal	Érd	Közzététel: 2017. szeptember 2. Képernyőmentés: 2019. szeptember 12.
[Facebook poszt szövege]: Miért a KiwiSun? A KiwiSun egy olyan a világon egyedülálló szolárium koncepció , ahol nem ég meg a bőröd, nem pirosodik, nem szárad ki, nem ráncosodik úgy, mint a hagyományos szoláriumokban, hanem kíméletesen és gyönyörűen barnul.	KiwiSun Érd Facebook oldal	Érd	Közzététel: 2017. augusztus 31. Képernyőmentés: 2019. szeptember 12.
[Facebook poszt fotóján látható]: [KiwiSun szolárium képe] [Facebook poszt szövege]: A KiwiSun egy olyan a világon egyedülálló szolárium koncepció , ahol nem ég meg a bőröd*, nem pirosodik, nem szárad ki, nem ráncosodik úgy, mint egy hagyományos szoláriumban, hanem kíméletesen és gyönyörűen barnul. *a bőrtípusnak megfelelő dozírozással	KiwiSun Érd Facebook oldal	Érd	Közzététel: 2017. január 23. Képernyőmentés: 2019. szeptember 12.
[Facebook poszt szövege]: Gyere jó idő, már nagyon várunk! [Facebook poszt fotóján látható]: [kirakatfotó]: BIOSZOLÁRIUM [kiwisun embléma] ZÖLD BIOSZOLÁRIUM # SZEXI BARNA BŐR # D-VITAMIN # BOLDOGSÁGHORMON [0,3 W/m ² matrica képe]	KiwiSun Szombathely Facebook oldal (2447 like)	Szombathely	Közzététel: 2017. március 7. Képernyőmentés: 2019. augusztus 27.
[Facebook poszt szövege]: Turbózd fel az immunrendszered! [Facebook poszt fotóján látható]: [zöld alapon nagybetűvel kiemelten]: MIÉRT JÓ SZOLIZNI? [zöld alapon feketével kiemelten]: A MÉRTÉKLETESSÉG	KiwiSun Szombathely Facebook oldal	Szombathely	Közzététel: 2016. december 7. Képernyőmentés: 2019. augusztus 27.

FIGYELEMBE VÉTELÉVEL ELMONDHATJUK A SZOLÁRIUMRÓL, HOGY SZÁMOS JÓTÉKONY HATÁSSAL RENDELKEZIK: [zöld alapon fehérrel kiemelten]: SERKENTI A HORMON- ÉS AZ IMMUNRENDSZER MŰKÖDÉSÉT, ÍGY A TÉLI MEGFÁZÁSOK MEGELŐZÉSÉRE IS ALKALMAZHATÓ.			
[Facebook poszt fotóján látható]: [KiwiSun szoláriumot használó nő képe] [Facebook poszt szövege]: Miért a Kiwisun? Gépeink nem tartalmaznak kvarc halogén arcbarbit, hanem kizárólag egészségtudatos, arc-, váll-, dekoltázs és lábszárbarnítókat alkalmazunk. Legújabb fejlesztésünk az új zöld bio szolárium , amely hosszantartó természetes karibi barnaságot eredményez, nincs a tipikus sárgás bőrszín, mert egy speciális fényt bocsát ki . Szeretettel várunk a hét minden napján!	KiwiSun Szombathely Facebook oldal	Szombathely	Közzététel: 2016. november 8. Képernyőmentés: 2019. augusztus 27. (Szinte azonos poszt jelenik meg: KiwiSun Rózsadomb Facebook oldal, KiwiSun Margit krt. 48. Facebook oldal, KiwiSun Szent István krt. 18 Facebook oldal: 2016. október 18.)
[Facebook poszt szövege]: Ugye, hogy nyáron jobb a hangulatunk, mint télen? A napsütés is serkenti az endorfintermelést! Válaszd Te is a KiwiSun Bioszoláriumot! -Boldogsághormon -Napfényvitamin -Karibi barnulás -Zöld színterápia Szeretettel várunk a hét minden napján! [Facebook poszt fotóján látható]: A KiwiSun zöld bioszolárium a fokozza az [vastag rózsaszínnel kiemelten] endorfin termelődését is. [kiwisun életmód magazin embléma]	KiwiSun Szombathely Facebook oldal	Szombathely	Közzététel: 2016. október 20. Képernyőmentés: 2019. augusztus 27.
[Facebook poszt szövege]: Ma este 21 óráig várunk mindenkit egy kis immunerősítésre! [Facebook poszt fotóján látható]:	KiwiSun Szombathely Facebook oldal	Szombathely	Közzététel: 2016. október 8. Képernyőmentés: 2019. augusztus 27.

[zöld alapon nagybetűvel kiemelten]: MIÉRT JÓ SZOLIZNI? [zöld alapon feketével kiemelten]: A MÉRTÉKLETESSÉG FIGYELEMBE VÉTELÉVEL ELMONDHATJUK A SZOLÁRIUMRÓL, HOGY SZÁMOS JÓTÉKONY HATÁSSAL RENDELKEZIK: [zöld alapon fehérrel kiemelten]: SERKENTI A HORMON- ÉS AZ IMMUNRENDSZER MŰKÖDÉSÉT, ÍGY A TÉLI MEGFÁZÁSOK MEGELŐZÉSÉRE IS ALKALMAZHATÓ. [KiwiSun Életmód Magazin vízjel a kép bal alsó sarkában]			
[Facebook poszt szövege]: Nők Lapja kupon akció!!! Keresd kuponunkat, mellyel 25% kedvezményben részesülsz a bérlet vásárlásakor! [Facebook poszt fotóján látható]: Nők Lapja kuponakció [zölddel nagybetűvel]: ZÖLD BIOSZOLÁRIUM # SZEXI BARNA BŐR # D-VITAMIN # BOLDOGSÁGHORMON [kiwisun embléma] [zöld színű cső képe] [pirossal nagybetűvel kiemelten]: 25% kedvezmény [zöld színű cső képe] ITT NEM ÉGSZ, BARNULSZ! 10 alkalom szolárium listaárából A kupon beváltható a hátoldalon felsorolt KiwiSun szolárium szalonokban 2016. szeptember 30-ig. [akcióban részt vevő szalonok listája] www.kiwisun.hu www.facebook.com/Kiwisuneletmodmagazin	KiwiSun Szombathely Facebook oldal	Szombathely	Közzététel: 2016. szeptember 21. Képernyőmentés: 2019. augusztus 27.
[Facebook poszt szövege]: Ma még 2,5 óráig várunk Titeket ilyen szép megvilágításban AKCIÓS bérletünkkel [Facebook poszt fotóján látható]: [kirakatfotó]: BIOSZOLÁRIUM [kiwisun embléma] ZÖLD BIOSZOLÁRIUM	KiwiSun Szombathely Facebook oldal	Szombathely	Közzététel: 2016. szeptember 12. Képernyőmentés: 2019. augusztus 27.

# SZEXI BARNA BŐR # D-VITAMIN # BOLDOGSÁGHORMON [zöld színű cső képe] [0,3 W/m ² matrica képe]			
[Facebook poszt szövege]: Kedves Vendégeink! Cosmopolitan kuponjainkat ma este 22 óráig tudjátok beváltani! Holnaptól nem érvényesek!! [Facebook poszt fotóján látható]: [kuponról készült fotó]: [kiwisun embléma] [zöld színű cső képe] [magenta alapon fehérrel]: 25% kedvezmény 10 alkalom szolárium listaárából A kupon beváltható a hátoldalon felsorolt KiwiSun szoláriumszalonokban. [0,3 W/m ² matrica képe] ITT NEM ÉGSZ, BARNULSZ! KIWISUN ZÖLD BIOSZOLÁRIUM Szexi barna bőr D-vitamin Boldogsághormon Érvényes: 2016. június 3. – augusztus 31.	KiwiSun Szombathely Facebook oldal	Szombathely	Közzététel: 2016. augusztus 31. Képernyőmentés: 2019. augusztus 27.
[Facebook poszt szövege]: Keresd a Cosmopolitan legfrissebb számában, így akciós áron juthatsz hozzá bérletedhez. A kupon beváltható 2016. június 3. – augusztus 31. között. [Facebook poszt fotóján látható]: [kuponról készült fotó]: ZÖLD BIOSZOLÁRIUM # SZEXI BARNA BŐR # D-VITAMIN # BOLDOGSÁGHORMON [zöld színű cső képe] [0,3 W/m ² matrica képe] 25% kedvezmény 10 alkalom szolárium listaárából www.kiwisun.hu	KiwiSun Szombathely Facebook oldal	Szombathely	Közzététel: 2016. június 3. Képernyőmentés: 2019. augusztus 27.
[Facebook poszt szövege]: Sötétedés után már ilyen szépen kivilágítva találtok meg minket a Kőszegi és a Petőfi utcák találkozásánál	KiwiSun Szombathely	Szombathely	Közzététel: 2016. május 3. Képernyőmentés: 2019.

[Facebook poszt fotóján látható]: [kirakatfotó]: BIOSZOLÁRIUM [kiwisun embléma] ZÖLD BIOSZOLÁRIUM # SZEXI BARNA BŐR # D-VITAMIN # BOLDOGSÁGHORMON [zöld színű cső képe] [0,3 W/m² matrica képe]	Facebook oldal		augusztus 27.
[Facebook poszt szövege]: Sok embernél a kor előrehaladtával a csontokban egyfajta fordított folyamat indul meg, melynek során a csont szerkezete fokozatosan elkezd leépülni. Ez a csontok instabilitását vonja maga után, így könnyebben bekövetkezik a törés. A csontok épségének megőrzéséhez szervezetünknek szüksége van D-vitaminra, a szoláriumozás jótékony hatása pedig abban rejlik, hogy D-vitamin termelésre ösztönzi szervezetünket, ezáltal pedig segít a csontritkulás megelőzésében. #kiwisun #tudtad? [Facebook poszt fotóján látható]: [kiwisun zalaegerszeg embléma] [kiwisun feliratú törölköző] [zöld alapon fehérrel kiemelten]: A KiwiSun Bio szolárium segít megelőzni a csontritkulást! [vastag piros betűvel jobb alsó sarokban]: Tudtad?	KiwiSun Zalaegerszeg és Kontúr Beauty Facebook oldal (1799 like)	Zalaegerszeg	Közzététel: 2016. március 22. Képernyőmentés: 2019. augusztus 26.
[Facebook poszt szövege]: Talán kissé furcsán hangzik, de néhány perc szolárium használat után még a hangulatunk is jobb lesz. Mivel az UV sugárzás növeli a teljesítőképességet, így a szolárium képes csökkenteni a fáradtságot, ezáltal pedig garantáltan jobb kedvre derít minket. #KiwiSun #Tudtad? [Facebook poszt fotóján látható]: [kiwisun zalaegerszeg embléma] [kiwisun feliratú törölköző] [zöld alapon fehérrel kiemelten]: A KiwiSun Bio kedélyjavító hatású!	KiwiSun Zalaegerszeg és Kontúr Beauty Facebook oldal	Zalaegerszeg	Közzététel: 2016. március 20. Képernyőmentés: 2019. augusztus 26.

[vastag piros betűvel jobb alsó sarokban]: Tudtad?			
[Facebook poszt szövege]: A KiwiSun egy olyan a világon egyedülálló szolárium koncepció, ahol nem ég meg a bőröd*, nem pirosodik, nem szárad ki, nem ráncosodik úgy, mint a hagyományos szoláriumokban, hanem kíméletesen és gyönyörűen barnul. * a bőrtípusnak megfelelő dozírozással [Facebook poszt fotóján látható]: [kiwisun zalaegerszeg embléma] [kiwisun szolárium képe]	KiwiSun Zalaegerszeg és Kontúr Beauty Facebook oldal	Zalaegerszeg	Közzététel: 2017. január 23. Képernyőmentés: 2019. augusztus 26. (Hasonló vagy azonos posztok: • KiwiSun Miskolc Facebook oldalon hasonló poszt: 2018. május 8. • KiwiSun Hódmezővásárhely Facebook oldalon azonos poszt: 2017. január 23. • KiwiSun Margit krt. 48 Facebook oldal, KiwiSun Rózsadomb Facebook oldal, KiwiSun Szent István krt. 18 Facebook oldal: 2017. január 23.)
[Facebook poszt szövege]: A KiwiSun egy olyan a világon egyedülálló szolárium koncepció, ahol nem ég meg a bőröd, nem pirosodik, nem szárad ki, nem ráncosodik úgy, mint a hagyományos szoláriumokban, hanem kíméletesen és gyönyörűen barnul. [Facebook poszt fotóján látható]: [KiwiSun szoláriumot használó nő képe]	KiwiSun Miskolc Facebook oldal (4048 like)	Miskolc	Közzététel: 2018. május 8. Képernyőmentés: 2019. augusztus 26.
[Facebook poszt szövege]: Most már nem csak barnuláshoz, hanem felmelegedéshez is ajánljuk! [Facebook poszt fotóján látható]: [zöld alapon nagybetűvel kiemelten]: MIÉRT JÓ SZOLIZNI?	KiwiSun Miskolc Facebook oldal	Miskolc	Közzététel: 2017. november 27. Képernyőmentés: 2019. augusztus 26.

[zöld alapon feketével kiemelten]: A MÉRTÉKLETESSÉG FIGYELEMBE VÉTELÉVEL ELMONDHATJUK A SZOLÁRIUMRÓL, HOGY SZÁMOS JÓTÉKONY HATÁSSAL RENDELKEZIK: [zöld alapon fehérrel kiemelten]: SERKENTI A HORMON- ÉS AZ IMMUNRENDSZER MŰKÖDÉSÉT, ÍGY A TÉLI MEGFÁZÁSOK MEGELŐZÉSÉRE IS ALKALMAZHATÓ. [KiwiSun Életmód Magazin vízjel a kép bal alsó sarkában]			
[Facebook poszt szövege]: Legyen hideg,hó vagy fagy, a Kiwisunban folyamatos nyári meleg és Karibi hangulat van! Nincs rosszkedv, szomorúság, csakis csupa boldogság! [Facebook poszt fotóján látható]: [kiwisun embléma] ZÖLD BIOSZOLÁRIUM A természet erejével Legyél velünk még vonzóbb és még egészségesebb! [zöld növény leveleivel beborított cső képe] - kíméletes barnítás - természetes és ragyogó barna szín - zöld színterápia - megnyugtat, egyensúlyba hoz	Kiwisun Nyíregyháza Facebook oldal (3560 like)	Nyíregyháza	Közzététel: 2016. január 5. Képernyőmentés: 2019. augusztus 26. (KiwiSun Szolárium Dunaújváros Facebook oldalon hasonló poszt: 2019. január 22.)
[Facebook poszt szövege]: 10 évesek lettünk ! Gyertek ünnepeljetek ma velünk ! Ajándék percekkel ajándékozunk meg minden vendégünket! [Facebook poszt fotóján látható]: [kirakatfotó, amelyen olvasható a BIOSZOLÁRIUM kifejezés]	Kiwisun Nyíregyháza Facebook oldal	Nyíregyháza	Közzététel: 2018. július 8. Képernyőmentés: 2019. augusztus 26.
[Facebook poszt fotóján látható]: [zöld alapon kiemelten]: MIÉRT JÓ SZOLIZNI? [zöld alapon kiemelten]: A MÉRTÉKLETESSÉG FIGYELEMBE VÉTELÉVEL ELMONDHATJUK A SZOLÁRIUMRÓL, HOGY SZÁMOS JÓTÉKONY HATÁSSAL RENDELKEZIK:	KiwiSun Életmód Magazin Facebook oldal (52 391 like)	Országosan	Közzététel: 2018. szeptember 12. Képernyőmentés: 2019. szeptember 12.

AZ EMBERI SZERVEZET MŰKÖDÉSÉHEZ ELENEDHETETLEN A FÉNY. AZ UV-FÉNY LEGISMERTEBB POZITÍV HATÁSA, HOGY ELŐSEGÍTI A D-VITAMIN SZINTÉZISÉT, ÉS ÍGY CSÖKKENTI A CSONTRITKULÁS KIALAKULÁSÁNAK AZ ESÉLYÉT.			
[Facebook poszt szövege]: Újabb Kiwisun szalon megnyitásáról számolhatunk be Nektek! Legújabb szalonunk Budapesten, Zuglóban a Nagy Lajos király út 206 szám alatt nyílt meg. Most két hétig, január 29-ig 50%-os nyitási akcióval várják a barnulni vágyókat! [Facebook poszt fotóján látható]: [szalon kirakatáról készült fotó]: BIOSZOLÁRIUM ZÖLD BIOSZOLÁRIUM # SZEXI BARNA BŐR # D-VITAMIN # BOLDOGSÁGHORMON [zöld színű cső képe] [0,3 W/m² matrica képe]	KiwiSun Életmód Magazin Facebook oldal	Országosan	Közzététel: 2017. január 18. Képernyőmentés: 2019. szeptember 17.
[Facebook poszt szövege]: Újabb Kiwisun szalon megnyitásáról számolhatunk be Nektek! Legújabb szalonunk Budapesten a Rákóczi út 40 szám alatt nyílt meg, közel a Blaha Lujza térhez. Most két hétig 50%-os nyitási akcióval várják a barnulni vágyókat! [Facebook poszt fotóján látható]: [szalon kirakatáról készült fotó]: BIOSZOLÁRIUM ZÖLD BIOSZOLÁRIUM # SZEXI BARNA BŐR # D-VITAMIN # BOLDOGSÁGHORMON [zöld színű cső képe] [0,3 W/m² matrica képe]	KiwiSun Életmód Magazin Facebook oldal	Országosan	Közzététel: 2016. november 21. Képernyőmentés: 2019. szeptember 17.

