



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL

---

VERSENYTANÁCS

---

Ügyszám: **Vj-57/2006/45.**

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a Gazdasági Versenyhivatal által a **Bio Time Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.** I. rendű és a **Norbi.hu Kereskedelmi és Szolgáltató Kft** II. rendű eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt indított eljárásban - tárgyaláson kívül – meghozta az alábbi

**h a t á r o z a t o t**

A Versenytanács megállapítja, hogy az I. és II. rendű eljárás alá vont vállalkozások a NorbiFit elnevezésű étrend-kiegészítő termék reklámozása során az általuk közzétett, továbbá az érdekkörükben és egymás tevékenységének ismeretében megjelentetett reklámokkal a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsítottak.

Az I. rendű eljárás alá vont vállalkozással szemben 14.000.000,- Ft (tizennégy millió forint), míg a II. rendű eljárás alá vont vállalkozással szemben 3.000.000,- Ft (három millió forint) versenyfelügyeleti bírságot szab ki, melyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül kötelesek megfizetni a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557 sz. bírságbevételei számlájára.

A határozat felülvizsgálatát az eljárás alá vont vállalkozás a kézbesítéstől számított 30 napon belül kérheti a Fővárosi Bírósághoz címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtandó keresettel.

**Indokolás**

## I.

### A vizsgálat indításának körülményei

A Gazdasági Versenyhivatal az 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.). 70. § (1) bekezdése alapján hivatalból indított eljárást annak megállapítására, hogy a Bio Time Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. (a továbbiakban: I. rendű eljárás alá vont) az általa forgalmazott NorbiFit elnevezésű étrend-kiegészítő termék lényeges tulajdonsága - különösen összetétele és egészségre gyakorolt hatása - tekintetében a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított-e.

Az eljárás 2006. július 5-én kiterjesztésre került a Norbi.hu Kereskedelmi és Szolgáltató Kft-re (a továbbiakban: II. rendű eljárás alá vont) is.

## II.

### Tényállás

1. Az I. rendű eljárás alá vont 2005. szeptember 15-én jött létre 3 millió forint jegyzett tőkével. A társaság - mely 2005. októberétől a NorbiFit étrend-kiegészítőt forgalmazza - fő tevékenysége a 523203 TEÁOR számba sorolt gyógyászati termék kiskereskedelem. A Kft-nek a 141.108 E Ft összjövedelmén belül a NorbiFit étrend-kiegészítőből 133.702.252,- Ft összegű árbevétele származott (Vj-57/2006/10. sz. irat).

2. A II. rendű eljárás alá vont 2002. május 22-én jött létre a wellness életmód hirdetésére és Schobert Norbert szakmai tudásának, társadalmi reputációjának hasznosítására.

A Kft. 2005. évi nettó árbevétele 423.261 E Ft volt.

3. Tihor Attila, az Avalon-Team Kft. ügyvezető-tulajdonosaként 2005. szeptember 19-én együttműködési megállapodást kötött II. rendű eljárás alá vont vállalkozással. A szerződést határozott időtartamra - 2008. december 31. napjáig - kötötték meg.

A szerződés értelmében a két társaság közösen hozta forgalomba a NorbiFit elnevezésű terméket, illetve véleményezte és hagyta jóvá a csomagolás design-ját.

A NorbiFit táplálék-kiegészítő összetételének és adagolásának kidolgozása, a csomagolás design-ja az Avalon-Team Kft. kizárólagos tulajdonát képezte.

A fejlesztésben a Norbi.hu Kft. a kizárólagos tulajdonát képező, „Update-módszer” elnevezésű know-how-val, valamint a NorbiFit összetételének ellenőrzésével és jóváhagyásával működött közre.

A szerződés 3. pontja rögzítette, hogy a termék forgalomba hozatalával, minőségével, mennyiségével kapcsolatos, valamint a vonatkozó jogszabályok, szakmai előírások betartásával járó felelősség az Avalon-Team Kft-t terheli, és a szabályok, előírások esetleges megszegésével okozott károkért sem Schobert Ferenc Norbert, sem a II. rendű eljárás alá vont nem tehető felelőssé.

A szerződés 7.5. pontja rögzítette, hogy amennyiben az Avalon-Team Kft. tulajdonosi körének érdekeltiségébe tartozó másik gazdasági társaság szerzi meg a receptúrák és gyártás feletti tulajdonosi jogokat, az Avalon-Team Kft. jogosult a szerződést átcedálni - ugyanazzal a tartalommal - a másik gazdasági társaságra.

A II. rendű eljárás alá vont által nyújtott marketing-szolgáltatás pontos meghatározását és értékét, az általa kifejtett marketing-tevékenységre vonatkozó részletes szabályokat, valamint a rendelkezésre álló eszközöket, a felek az általuk kéthavonta egyeztetett és aláírt - a szerződés elválaszthatatlan részét képező - mellékletben határozták meg.

A szerződés II. számú melléklete rögzítette a felek marketing és reklámozási feladatainak megosztását.

A II. melléklet 1. pontja határozta meg az Avalon-Team Kft. kötelezettségeit, mely szerint a Kft. vállalta, hogy a termék marketing anyagait minden héten legalább egyszer megjelenteti az Blikk és Metro napilapokban, illetve folyamatos és rendszeres megjelenést biztosít a Blikk Nők, a Nők Lapja, a Story, a Kiskegyed, a Cosmopolitan, és a Maxima kiadványokban. Rendszeres megjelenés biztosítását vállalta továbbá az Excalibur, Természetgyógyászat, Elixír, Palika Magazin, Budapest Piac, Szabad Föld, Beau Mond magazinokban és lapokban.

A melléklet 2. pontja nevesítette a II. rendű eljárás alá vont kötelezettségeit, melynek értelmében „Schobert Norbert és csapata” minden írott és elektronikus médiában való megjelenés során, a lehető legtöbbször ad tájékoztatást a termékről, és annak marketingjét folyamatosan támogatja.

Vállalta továbbá, hogy a Norbi-életmóddal foglalkozó minden kiadványban megjelenteti a NorbiFit termék reklámanyagait, és a vele üzleti kapcsolatban lévő ismert média-szereplők aktív módon segítik a termék marketingjét és reklámját.

A felek vállalták azt is, hogy kéthavonta marketingstratégiájukat és az általuk az elmúlt két hónapban végzett tevékenységet egyeztetik.

Vállalták továbbá a tevékenység dokumentálását és archiválását, illetve azt is, hogy kérésre ezt bemutatják egymásnak.

A II. rendű eljárás alá vont és az Avalon-Team Kft. 2005. október 10-én bontották fel a szerződést (Vj-57/2006/35. számú irat) arra hivatkozással, hogy az Avalon-Team Kft. tevékenységét a tulajdonosi érdekeltségi körébe tartozó másik társaság, azaz a Bio Time Kft. végzi.

A felek úgy határoztak, hogy a NorbiFit termék közös forgalomba hozatalára és marketingjére a II. rendű eljárás alá vont vállalkozás - a fentiekben már ismertetett tartalommal, illetve a szerződés szövegének csekély változtatásával (5.1. pont szerint a szerződés időtartama 2006. július 30-ra módosult) - az I. rendű eljárás alá vonttal köti meg az együttműködési megállapodást.

4. A Versenytanács a Vj-160/1999. számú fogyasztók megtévesztése miatt indult versenyfelügyeleti eljárásban jogsértést állapított meg a SmartLine Kft-vel szemben, egymillió forint bírságot szabva ki a vállalkozásra. Az akkori és a jelen eljárásban érintett eljárás alá vont vállalkozások közvetlen befolyást lehetővé tevő résztulajdonosa/cég-, illetve ügyvezetője Tihor Attila volt. A SmartLine Kft. a Gaia Hairgain nevű táplálék-kiegészítő kapszulára és hajbalzsamra vonatkozóan a fogyasztók megtévesztésére alkalmas tájékoztatást adott.

Tihor Attila fenti jogokkal bírt az Avalon-Team Kft-ben is 2005. november 25-ig.

Az Avalon-Team Kft. által kizárólagosan forgalmazott termékek forgalmazási jogát 2005. augusztus 15-én adta át a Bio-Fit Natura Kft-nek.

A Versenytanács Vj-8/2005/29. számú határozatában, jogsértés megállapítása mellett, 30 millió forint bírság megfizetésére és helyreigazító nyilatkozat közzétételére kötelezte az Avalon-Team Kft-t különböző élelmiszer-termékek - köztük a Metabol étrend-kiegészítő - jogszabályba ütköző reklámozása miatt.

Tihor Attilának közvetlen befolyása volt a Bio Time Kft működésére is.

Azt követően, hogy Tihor Attila 2006. június 1-én lemondott a Bio Time Kft. cég ügyvezetői igazgatói tisztségéről (Vj-57/2006/16. sz. irat), a Bio Time Kft. tagjai - Tihor Attila és M. Herczeg Annamária - a cég új ügyvezetőjének Barta Éva Ildikót választotta meg (Vj-57/2006/24. sz. irat).

Eljárás volt 28/2006. ügyszámon a Bio-Fit Natura Kft. ellen is.

5. A nyomtatott sajtóban, továbbá más promóciós eszközön 2005. októberétől kezdve intenzív reklámkampány indult a NorbiFit nevű termék népszerűsítésére.

6. A nyomtatott sajtóban az alábbi példányszámú újságokban és gyakorisággal jelentek meg reklámok a rendelkezésre álló adatok szerint (vizsgálati jelentés melléklete) 2005-ben.

Sajtótermék	Átlag értékesített példányszám*	Olvasók becsült száma	Megjelenés
Metro	380.000-400.000**	700.000	2005.10.26., 2005.11.09., 2005.11.02., 2005.11.16., 2005.12.14.
Vasárnapi Blikk	205.000	400.000	2005.10.30., 2005.11.06., 2005.11.13., 2005.11.20., 2005.11.27., 2005.12.04., 2005.12.11.
Blikk	270.000	1.000.000	2005.11.05., 2005.11.12., 2005.11.19., 2005.11.26., 2005.12.03., 2005.12.17., 2005.12.30.
Blikk tv magazin	n.a.	n.a.	2005.11.27., 2005.11.10., 2005.11.17., 2005.11.24., 2005.11.28., 2005.12.01., 2005.12.08., 2005.12.15.
Blikk Nők	167.000	400.000	2005.10.26., 2005.11.02., 2005.11.09.(két helyen),

			2005.11.16., 2005.11.30., 2005.12.14.,	2005.11.23., 2005.12.07., 2005.12.28.
Vasárnap reggel	147.000	n.a.	2005.10.30., 2005.11.13.,	2005.11.06., 2005.11.27.
Színes Bulvár Lap	64.000	n.a.	2005.10.30., 2005.11.19., 2005.12.03., 2005.12.17.,	2005.11.13., 2005. 11.26., 2005.12.10., 2005.12.23.
Szabad Föld	130.000	382.000	2005.11.04., 2005.11.18., 2005.12.16.	2005.11.11., 2005.11.25.,
Budapesti Piac	820.000**	n.a.	2005. 44. hét, 45. hét, 46. hét, 49. hét	
Budapesti Piac Plusz:	n.a.	n.a.	2005. 44. hét, 45. hét, 46. hét, 49. hét	
Tina  Diéta&Fitnessz	230.000	560.000	2005.10.25., 2005.11.22., 2005.12.13.	2005.11.08., 2005.12.06.,
Nők Lapja	300.000	1.000.000	2005.11.30.	
Story	360.000	1.400.000	2005.12.01.	
Story Különszám	206.000***	n.a.	2005.12.01.	
Hölgyvilág	51.000	n.a.	2005.10.27.	
Elixír				
Excalibur magazin	1.601.000		2005. október	

A vizsgálat szerint a tevékenység folytatódott, azonban a termék 2006. évi reklámozására vonatkozó részletes adatok nem állnak rendelkezésre (Metro, Szabad Föld, Tina, Diéta& Fitness, stb.).

6.1. A Schobert Norbert fotójával, és egy nagyméretű NorbiFit dobozzal reklámozott NorbiFit reklámok - melyeket A4-es méretben helyeztek el az újságokban – az alábbiak szerint más-más címmel, de azonos szöveggel lettek közzétéve a Vasárnap Reggel, a Szabad Föld, a Blikk TV, a Blikk és a Blikk Nők, Hölgyvilág, Nők Lapja és a Story című lapokban.

Norbi: „Lefogyasztom az országot!”

Norbi: „Megtaláltam a fogyás titkát!”

Norbi: „Most tényleg lefogyhatsz!”

- A reklámokban közölték, hogy lakosság 60 %-a, túlsúlya ellenére hiába mozog, diétázik, mert hiányoznak szervezetéből és táplálkozásából az alapvető anyagok.

A nagyon sikeres Update-rendszer és mozgásprogram mellett Norbi most megtalálta „életmód programjának harmadik és egyben nélkülözhetetlen elemét. Ez a NorbiFit”.

Sokan számolnak be arról, hogy több az erejük és energiájuk a mozgáshoz, csökken az étvágyuk és a súlyuk.

- Közölte, hogy „szükség van egy olyan szerre, amely mindent biztosít, amire a szervezetüknek naponta szüksége van és segíti az anyagcseréjüket. Ez a plusz hiányzik ahhoz, hogy végre eredménye legyen erőfeszítéseiknek. Ennek alapján, hosszú kutatások után fejlesztettük ki a NorbiFit nevezetű terméket, amely kidolgozásában orvosok, gyógyszerészek és dietetikusok is segítettek.”

- A reklám szerint a „NorbiFit egy rendkívül komplex összetételű szer, amely egyedülálló a maga műfajában. Egyik fő alkotórésze az úgynevezett brazil korall, amelyre még a brazil forgatásaink alatt figyeltem fel... Ebben a korallban 74 különböző ásványi anyag található, amelyet a korall maga épített be a saját vázába az óceán vízből. .... a természet csodája, amelyet nem lehet laboratóriumban létrehozni”.

- A korall hatására nem lépnek fel különböző hiánytünetek és a sav-bázis egyensúly is fenntartható.

- A korallon kívül a NorbiFit napi adagja 100 %-ban biztosítja a szervezet számára szükséges vitaminok legtöbbjét, így a B-vitaminokat, a folsavat, a C- és az E-vitamint.”

- A testsúlycsökkentő étrend hatásosságát több összetevő is biztosítja. Az étvágycsökkentésben a rost, a zsír energiává történő átalakításában az L-karnitin játszik szerepet, a zöld tea gyorsítja az anyagcserét, míg az anulin a zsír-, és szénhidrát anyagcserét szabályozza.

A reklám közölte azt is, hogy a NorbiFit nem egy újabb csoda fogyasztószer, az egy átfogó életprogram része.

6.2. A Blikkben és Szabad Földben - a Romantic együttesből ismert Katinka fotójával - „NorbiFit-tel folytatom a fogyást!” címmel jelentek meg reklámok, melyek szövege kissé eltért a fentiekben írtaktól, arról tájékoztatva a fogyasztót, hogy az énekesnő 50 kg-ot fogyott a Norbi életmód-programjával. Végleg le szeretne számolni súlyproblémájával és ismét nekifog egy komoly fogyókúrának, melyhez ezúttal is Norbi segítségét kérte. Hangsúlyozta, hogy a termék a program utolsó és egyben nélkülözhetetlen része, mely szükséges ahhoz, hogy a torna és az update étkezés komplett egészségre álljon össze, ahol a három alkotóelem egyaránt nélkülözhetetlen.

- A NorbiFit is segíti küzdelmét. A NorbiFit egy egészen egyedülálló étrend-kiegészítő, amely igazoltan állíthatja, hogy összetevői révén segítheti a súlycsökkentés folyamatát (Szabad Föld).

A NorbiFit nem csak a fogyást segítheti, hanem komplex hatóanyagai révén mindenkit energikusabbá és fittebbé tehet.

- Fő hatóanyaga az úgynevezett brazil korall, amely egy igazi ásványi anyag bomba, hiszen 72 különböző nyomelemet tartalmaz bio változatban.

- A NorbiFit tartalmazza az összes fontos vitamin napi szükségletét is.

6.3. Más szövegezéssel, egy Schobert Norberttel készített reklámriporttal jelent meg a NorbiFit hirdetése 2006-ban a Metro, a Tina és a Diéta&Fitness című lapokban – utóbbiban 2006. áprilisában is - Norbi: "Tavasza újraszülethetsz!" címmel.

- A terméket népszerűsítő riportból a fogyasztó megtudhatta, hogy „Norbi” és „Réka” legújabb fejlesztése a NorbiFit, amelyet Réka a terhessége alatt is szedett és többek között a NorbiFitnek köszönheti, hogy a terhesség alatt is megőrizte tökéletes alakját.

„Én egy életmód háttérrel akartam teremteni a rendszeremnek a polcokra, mert nincs normális kínálat. A célom, hogy tartalmában új, forradalmian más termékeket, egy családot



fejlesszek a partnereimmel.” ...”Az esetek többségében én választom meg a gyártókat. Én legyártatom a terméket és közreműködöm a reklámban és anyagilag is beszállok.

- A NorbiFit Norbi kedvenc étrend-kiegészítője, nem brutális fogyi gyógyszer, bárki szedheti a legtermészetesebb ásványpótlásként. Azt hirdetem, amit a gyermekemnek is adok, így van ez a NorbiFittel.”- közölte a riport.

- A NorbiFitről elmondta, hogy az up-date-el kombinálva fantasztikusak az eredmények.”- közölte továbbá a cikk, megjelölve, hogy a termékben brazil gazdag biológiai tartalmú korall van, miáltal élő szervezet által előállított bio ásványi anyagokat tartalmaz. Közölte, hogy ezen túl sok hasznos anyagot tettek a termékbe, és azt saját magunk tesztelték, „Réka végig szedte ásványpótlásként a gyermekvárás idején. Lara lányom is kap 2x1 szemet. Csökkent az éhségünk és nem vagyunk fáradékonyak.”

- A tájékoztatás szerint olyan követő is volt, „akinek a hajhullása abbamaradt és újra elindultak lefelé az elakadt kilói”. A NorbiFit valós esélyt ad egy igazi tavaszi újjászületésre, hogy mindenki ismét boldogan, fitten és egészségesen nézhessen tükörbe.”

6.4. Az Elixír is a Norbi Update életmódrendszer harmadik elemeként bemutatta be a NorbiFit étrend kiegészítőt, és arról tájékoztatott, hogy a túlsúlyos emberek testsúlyának csökkentésére szükség olyan anyagra, mely mindent biztosít, amire a szervezetnek szüksége van, és segíti az anyagcserét. Hosszú kutatás után kifejlesztették a NorbiFitet, mely egyedülálló a műfajában.

A készítmény legfontosabb hatóanyaga a sokrétű hatást biztosító brazil korall, amely az óceánból származik.

A brazil korall 74-féle ásványi anyagot tartalmaz, minek hatására nem lépnek fel hiánytünetek, a sav-lúg egyensúly fenntartható. A túlsavasodás számos betegség forrása.

A tabletták napi ajánlott dózisa 100%-ban biztosítja a szervezet számára szükséges vitaminok legtöbbjét, így a B vitaminokat, a folsavat, a C és az E vitamint.

A testsúlycsökkentő hatást több összetevő is biztosítja. Az étvágycsökkentésre, a zsír energiává történő átalakítására, és az anyagcsere gyorsítására is használható a termék a fent már írt összetevők folytán.

6.5. Excalibur holisztikus magazin (Vj-57/2006/18/5. sz. melléklet)

A rendszertelen kiadású, reklámkiadványnak tekinthető Excalibur magazin – mely magas példányszámú, egyedi terjesztésű újság - 2005. októberi számában - figyelemfelkeltő módon

- három teljes oldalt szánt a NorbiFit népszerűsítésére (a lap főszerkesztője Tihor Attila volt).

A lapban „NorbiFit Orvosi szemmel” címmel jelent meg egy cikk, a szerző: Dr. Bakanek György sportszakorvos-életmód-szaktanácsadó volt. A NorbiFitet ismertető írás a lap középpontjában grafikusán ábrázolta a NorbiFit termékdobozát.

A Norbi Update életmódszere harmadik elemeként bemutatva a reklámcikk a NorbiFitet étrend kiegészítőként mutatta be, és arról tájékoztatott, hogy a túlsúlyos embereknek testsúlyának csökkentésére, egészségük megőrzésére, illetve helyreállítására, egy jobb életminőségre ad lehetőséget a termék.

„A készítmény legfontosabb hatóanyaga a – magyar piacon most bevezetésre kerülő – sokrétű hatást biztosító brazil korall, amely a vonatkozó irodalmi adatok szerint az óceán – minden élet forrása – egyik igazi csodája. A brazil korall 74-féle ásványi anyagot tartalmaz, kiemelt mennyiséget kalciumból és magnéziumból, de jelentős a vas, mangán, cink és réztartalma is.... Az ásványi anyagok egymás közötti aránya is az emberi szervezet számára optimálisan van jelen. A korallt állatoknak adva azt figyelték meg, hogy húruk több fehérjét és kevesebb zsírt tartalmazott, a csirkék több tojást, a tehének több tejet adtak. Emberi felhasználás során is meglepő eredményeket tapasztaltak.

A korall hatóanyagai remekül egészítették ki a nehezen gyógyítható betegek gyógykezelését, így eredményesen alkalmazták csontritkulásban, ízületi gyulladásban szenvedőknél, allergiás, asztmás betegségekben, a fejfájások különféle formáiban, migrénben, szív- és érrendszeri problémák, magas vérnyomás, érrelmeszesedés, stb. esetén.

A készítmény szedése kapcsán javult a közérzet, csökkent a fáradékonyság, nagyobb mértékben csökkent a testsúly.

Egyik fő hatása a korallnak, hogy kórosan savi irányba tolódott pH-t képes normalizálni, ezért reflux-betegségben, savas gyomorpanaszok esetén is jól használható.

A tableta napi ajánlott dózisa 100%-ban biztosítja a szervezet számára szükséges vitaminok legtöbbszörét, így a B vitaminokat, a folsavat, a C és az E vitamint.... Az eddigi tapasztalatok szerint a NorbiFit tableta messzemenően biztonságos...”

A magazin 6. oldalán Norbi: „Megtaláltam a megoldást!” címmel jelent meg reklámcikk, amelyben többek között az alábbi állítások olvashatók:

„A NorbiFit egy rendkívül komplex összetételű szer, amely egyedülálló a maga műfajában. Egyik fő alkotórésze az úgynevezett brazil korall. Ez egy élő organizmus által létrehozott ásványi anyag bomba. .... Az is lényeges, hogy a különböző ásványi anyagok egymás

közötti aránya optimális testünk számára. A korall hatására nem lépnek fel különböző hiánytünetek és a savbázis egyensúly is fenntartható.”

A reklámcikk jobb sarkában kicsinyített formában olvasható Dr. Halmy László szakvéleménye a NorbiFit termékről.

Végül a lap utolsó oldalán „a XXI. század étrend-kiegészítőjének” nevezi Schobert Norbert a NorbiFittet és „A totális megoldásként!” ajánlja.

## 7. Internet (Vj-57/2006/18. sz. Feljegyzés mellékletei)

7.1. A Schobert Norbert névvel fémjelzett és a II. rendű eljárás alá vont által fenntartott [www.norbiupdate.hu](http://www.norbiupdate.hu) internetes oldalakon több helyütt olvasható a NorbiFit termék ajánlása, amelyekből az alábbiak emelhetők ki.

Az internet is a Norbi Update életmódrendszer harmadik elemeként mutatta be a NorbiFit étrend kiegészítőt azzal, hogy „...A brazil korall 74 féle ásványi anyagot tartalmaz, kiemelt mennyiséget kalciumból és magnéziumból, de jelentős a vas, a mangán, cink és réztartalma is.

A NorbiFit tabletta ezen kívül számos egyéb hatóanyagot is tartalmaz, amely felhasználhatóságát igazán sokrétűvé teszi. A tabletta napi ajánlott dózisa 100%-ban biztosítja a szervezet számára szükséges vitaminok legtöbbjét, így a B vitaminokat, a folsavat, a C és az E vitamint. Az E vitamin többek között késlelteti az öregedést, növeli a sejtek oxigén ellátását, csökkenti a vérrögképződési hajlamot. A tabletta biotin tartalma bőr- és hajproblémák megoldásában segít.

A rost az étvágycsökkentésben játszik szerepet, valamint csökkenti a zsírok, illetve mérgező anyagok felszívódását, az L-karnitin pedig a zsír energiává történő alakításában vesz részt. A tabletta inulin komponense a szervezet zsír- és szénhidrát anyagcseréjét szabályozza.

Szintén a fenti honlaphoz kapcsolódó Norbi Update Portálon olvasható 2006. január 16-a óta Norbi: „Elsősegély a tavaszi újjászületéshez!” Őszinte beszélgetés Norbival címmel egy reklámriport, amelynek szövege nagyrészt megegyezik a sajtótermékekben megjelent és a fentiekben ismertetett reklámriport szövegével.

7.2. A Budapesti Piac online oldalán ([www.bppiac.hu](http://www.bppiac.hu)) szintén olvasható a NorbiFit ajánlása. A reklámszöveg megegyezik a 7.1. alatti Norbi-féle sajtóreklámok szövegével.

7.3. A HáziPatika.com webáruház ([www.hazipatika.com](http://www.hazipatika.com)) oldalain is olvasható a termék, mint étrend kiegészítő ajánlása, és benne a termék legfontosabb hatóanyag a brazil korall kiemelt kalcium és magnézium, de jelentős a vas, a mangán, cink és réztartalma is, azzal, hogy tartalmazza a szervezet számára szükséges vitaminok legtöbbjét is a fent már írtak megismétlésével.

Tájékoztató továbbá az étvágycsökkentésben játszott szerepről, valamint az anyagok felszívódásában kifejtett hatásról, az L-karnitin szerepéről (zsír energiává történő alakításában vesz részt), továbbá arról, hogy a tabletták inulin komponense a szervezet zsír- és szénhidrát anyagcseréjét szabályozza.

8. A NorbiFit 2005. novemberében óriásplakáton is megjelent (Vj-57/2006/23/2. sz.) reklámjain Schobert Norbert, valamint a termék dobozának fotóján és az update logon túl az alábbi szlogent tartalmazta:

„Már csak ez hiányzott a fogyáshoz! NorbiFit A test öre!”

Óriásplakátokból 500 darab került kihelyezésre.

9. A I. rendű eljárás alá vont nyilatkozata szerint a NorbiFitre fordított marketing költség 2005. évben 63.840.592 forint volt. A 2006. június 30-i állapotot tükröző főkönyvi kivonat szerint reklámköltségként 23.894.874 forint (Vj-57/2006/25. sz. irat) merült fel.

A II. rendű eljárás alá vont a NorbiFit termék eladásai után számított jutalék kifizetésének igazolására 2 db számlát csatolt be a licencdíjakról, amelyek összesen 11.440.700 Ft-ot tettek ki.

10. Az eljárás alá vont vállalkozás étrend-kiegészítőként kérte a termék magyarországi regisztrációját, mely szerint az áru azon, a patikákban, gyógynövény-, és illatszerboltokban kapható étrend-kiegészítő készítmények közé sorolható, amelyeket egészségmegőrzési, illetve speciális táplálkozási igényeik kielégítése céljából keresnek a fogyasztók.

Az étrend-kiegészítő termékek piacán éles verseny van. A piac néhány nagyobb piaci szereplője a Pharma-Nord, Haas, Plussz Vitamin, Bional, Naturprodukt, GSK (Abtei), Béres.

A terméket az ország teljes területén reklámozták, a vizsgált hirdetések az országos napi, heti és havi lapokban, magazinokban jelentek meg. Az áru országszerte hozzáférhető volt a patikákban és gyógynövényboltokban és drogériákban.

11. A reklámozott termék előállítója a szlovákiai VÁG spol.s.r.o. (Komárno 94501 Novozámocká 2/3862). (A vizsgálat nem tudott beszerezni a gyártóra vonatkozó referenciákat, vagy más adatokat.)

A forgalmazó - nyilatkozata szerint - a termék forgalmazását 2005. októberben kezdte meg.

12. Az árut az (Országos Élelmiszerbiztonsági és Táplálkozástudományi Intézet (továbbiakban OÉTI) 935/2006. notifikációs számon vette nyilvántartásba.

A termék dobozán annak összetétele az alábbi táblázatban írtak szerint került feltüntetésre.

	RDA	NorbiFit 2 tabletta
A-vitamin (retinol ekvivalensben kifejezve)	800 µg	-
D-vitamin (kolekalciferol)	5 µg	-
E-vitamin ( tokoferol)	10 mg	10 mg
C-vitamin (aszorbinsav)	60 mg	60 mg
B <sub>1</sub> -vitamin (tiamin)	1,4 mg	1,4 mg
B <sub>2</sub> -vitamin (riboflavin)	1,6 mg	1,6 mg
Niacin	18 mg	18 mg
B <sub>6</sub> -vitamin (piridoxin)	2 mg	2 mg
Folsav	200 µg	200 µg
B <sub>12</sub> -vitamin	1 µg	1 µg
Biotin	0,15 mg	150 µg
Pantoténsav	6 mg	6 mg
Kalcium	800 mg	-
Foszfor	800 mg	-
Vas	14 mg	-
Magnézium	300 mg	-
Cink	15 mg	-
Jód	150 µg	-

Nátrium	2000 mg	-
Klorid	3000 mg	-
Kálium	3500 mg	-
Réz	1,4 mg	-
Króm	0,12 mg	-
Mangán	4,0 mg	-
Szelén	0,08 mg	-
Molibdén	0,25 mg	-
Fluor	1,5 mg	-
L-karnitin	-	50 mg
Inulin	-	200 mg
Polifenol	-	20 mg
Likopén	-	2 mg

A nyilvántartásba vételi igazolás - jelen esetben is - jelezte, hogy a nyilvántartásba vétel nem gyártási, illetve forgalomba hozatali engedély, az nem tanúsíthatja a termék megfelelőségét.

12.1. A termékkel kapcsolatban nem indokolt a „brazil korall különleges ásványianyag-forrás” információ, vagyis úgy kell módosítani a termék összetételét, hogy a brazil korallból származó ásványi anyagok mennyisége a termék napi javasolt adagjában (RDA) elérje az RDA 15 %-át.

Az OÉTI álláspontja szerint a brazil korallból származó ásványi anyagok közül egyik sem éri el napi ajánlott adagjában az RDA 15%-át, holott az étrend-kiegészítőkről szóló 37/2004. (IV.26.) ESzCsM rendelet (továbbiakban: R) 5. § (3) bekezdése értelmében az összetevőként megadott vitaminnak, illetve ásványi anyagnak jelentős mennyiségben - azaz a napi ajánlott bevitel legalább 15 %-ban - kell jelen lennie az étrend-kiegészítőben.

A 2006. január 10-én megkapott dokumentáció alapján az OÉTI úgy foglalt állást, hogy a számos étrend-kiegészítőben fellelhető brazil korall tartalom (ami jelentős mennyiségű kalciumot épít be), miáltal nem megalapozott a „különleges ásványi anyag-forrás”-ra való hivatkozás. Sem emiatt, sem a 15 %-os minimum tartalom követelményét tekintve nem indokolt a „különleges ásványianyag-forrás” információ használata.

A termék - álláspontjuk szerint - nem felel meg az étrend-kiegészítővel támasztható követelményeknek a 37/2004. (IV.16.) ESzCsM rendelet értelmében, melyről az I. rendű eljárás alá vontat értesítették.

Az OÉTI a címkeszöveggel kapcsolatban – a reklámtevékenységgel összefüggésben értékelhető - kifogást fogalmazott meg, illetve az igazolás kiadásával egyidejűleg értesítette a forgalmazót, hogy a termék jelölése nem felel meg a vonatkozó rendeletekben foglaltaknak.

12.2. Az OÉTI véleménye szerint az adott összetevőktől nem várható különösebb hatás az anyagcserére vonatkozóan.

12.3. A „mindent biztosít” szövegrészt helytelennek és különösen félrevezetőnek ítélte, mivel a szervezet napi igénye nem korlátozódik csak vitaminokra, antioxidánsokra, ásványi anyagokra.

12.4. Az az állítás, hogy „a korall hatására nem lépnek fel különböző hiánytünetek és a sav-bázis egyensúly is fenntartható” az OÉTI állásfoglalása szerint azt sugallhatja, hogy a készítmény kezel bizonyos hiánytüneteket, és megelőzi a sav-bázis egyensúly felbomlását. A korall említett hatásaira vonatkozólag az OÉTI nem rendelkezett ezt igazoló szakirodalmi adatokkal.

12.5. Az OÉTI véleménye szerint helytelen az az állítás, hogy NorbiFit a világon egyedülálló összetételű szer, mivel a termékben jelenlevő összetevők számos más étrend-kiegészítőben is megtalálhatók különböző mennyiségben, a szóban forgó termékhez hasonló kombinációban.

12.6. A terméken a felnőttek számára ajánlott napi beviteli érték százalékában van kifejezve a hatóanyag. A hatásos, biztonságos alkalmazás életkor, fiziológiás állapot és az alkalmazott dózis függvénye. A termék nem jelzi, hogy azt kismamák és gyereket is fogyaszthatják, illetve annak mi a dózisa.

13. Dr. Halmy László írásbeli véleménye szerint (2005. szeptember 13.) a Norbi Update rendszer szerves részeként kifejlesztett NorbiFit termék javítja és támogatja a megfelelő táplálkozáson és az egészségfejlesztő mozgáson alapuló életvitelt.

A tabletták komplett és innovatív összetétele tükrözi a legújabb élettani kutatások eredményeit. A termék biztonságosan elősegíti a program összehangolt tevékenységét, amely a testsúly csökkentésére, az erőállapot javítására és jobb életminőség elérésére ad lehetőséget. Ajánlta azt mindazoknak, akik az életmódrendszer táplálkozási és testmozgásra vonatkozó javaslatait megfogadva szeretnék megszabadulni a túlsúlytól és aktívabb, egészségesebb, örömteli életre vágnak.

Dr. Halmy László – eljárásban tett jegyzőkönyvi előadása szerint (Vj-57/2006/32.) - a termék összetevői alapján kizárólag a testsúlycsökkenésre való alkalmasságról nyilatkozott, más, ezen túlmutató véleményt nem adott (a reklámozás idejére vonatkoztatva).

Szóbeli előadása szerint az eredményt a termék összetétele alapján csak valószínűsítette, mivel az írásbeli vélemény megfogalmazásakor valószínű volt, hogy az eredmények tesztelésre kerülnek.

### III.

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

14. Az I. rendű eljárás alá vont vállalkozás vitatta, hogy jogsértést valósított meg.

14.1. A NorbiFit nevezetű termék étrend-kiegészítő státuszával kapcsolatban előadta, hogy a terméket egy másik európai uniós államban, Szlovákiában gyártják, ahol megkapta az étrend-kiegészítő minősítést. A 37/2004.(IV.26.) ESZCSM rendelet szerint minden olyan termék, amely bármely EU-országban már forgalmazásban van, Magyarországon is forgalmazható. A tényről a forgalmazónak értesíteni kell az OÉTI-t, amely a terméket regisztrálja. A termék a notifikációt megkapta.

A termék, az OÉTI levelében egyedül kifogásolt „különleges ásványi anyag forrás” kitétel ellenére megkapta a regisztrációt.

Bár az OÉTI álláspontját vitatták a brazil korallra nézve, amikor az OÉTI a szakhatóság ÁNTSZ-hez fordult, a gyártó az ÁNTSZ véleménye alapján a „különleges ásványi anyag forrás” kitéletet módosította és a kereskedelmi forgalomból is visszaszállításra került az összes termék, a csomagolás szövege is módosítva lett.

A brazil korallt a termék fontos komponensének tartja, és jogszerűen járt el akkor, amikor nem tüntette fel a brazil korall ásványi anyag tartalmát, ugyanis a 37/2004.(IV.26.) ESzCsM rendelet 5. § (3) bekezdése kifejezetten tiltja a napi ajánlott bevitel 15%-át el nem érő ásványi anyag vagy vitamin komponens mennyiségének deklarálását. Ezen túl a brazil korall 74 ásványi anyagot tartalmaz, melyek feltüntetése lehetetlen lenne a csomagoláson.

A termék a brazil korallt egyéb táplálkozási vagy élettani hatással rendelkező anyagként tartalmazza a rendelet 2. § alapján. Az OÉTI (2005. december 20-i emlékeztető) egyetértett



azzal, hogy étrend-kiegészítőkben megjelenhetnek olyan komponensek, amelyek mennyisége nem éri el a 15% RDA-t, vagyis alaptalan és saját korábbi véleményének ellentmondó az az álláspontja, miszerint a termék ily módon történő kommunikálása a fogyasztó megtévesztését eredményezheti.

Álláspontja szerint az emberi szervezet számára legfontosabb arány a kalcium és a magnézium közötti ráta, ami pontosan megfelel a brazil korallban található rátának.

14.2. Előadta, hogy a már említett rendelet 2. §-a egyértelműen fogalmaz az étrend-kiegészítő definiálásakor.

A rendelet 5. § (3) pontja kimondja, hogy az összetevőként megadott vitaminnak, illetve ásványi anyagnak jelentős mennyiségben – vagyis a napi ajánlott bevitel legalább 15 %-ában kell jelen lennie az étrend-kiegészítő gyártó által javasolt napi adagjában.

A forgalmazott termék az RDA értékkel rendelkező anyagok közül a napi ajánlott bevitel 15%-át meghaladó mértékben tartalmazza az E-vitamint, B1-vitamint, B2-vitamint, Pantoténsavat, Niacint, B6-vitamint, Folsavat, B 12-vitamint, C-vitamint, és a Biotint.

Álláspontja szerint, ha fenti vitaminok bármelyike átlépi napi adagban az RDA 15%-át, a termék étrend-kiegészítő terméknek minősül.

A termék az élettani hatással rendelkező anyagok közül tartalmazza a karnitint, inulint, polifenolt (zöld tea kivonat), likopént, brazil korallt. A fenti anyagok bármelyike az ajánlások szerinti mennyiségben alkalmazva étrend-kiegészítő termék. Az ajánlások maximális dózisokat tartalmaznak, alsó határértéket nem.

Az OÉTI notifikációs dokumentációhoz csatolt emlékeztetőjében semmi nem utal arra, hogy a termék nem étrendkiegészítő.

Hangsúlyozta, hogy az OÉTI nem szakhatóság, a címketerv vonatkozásában sem. A 37/2004. (IV.26.) ESZCSM rendelet 12-13. §-a az ÁNTSZ-t ruházta fel hatósági jogkörrel, így az OÉTI megállapítása joghatással nem bíró vélemény.

14.3. Az OÉTI álláspontja az volt, hogy az adott összetevőktől nem várható különösebb anyagcsere hatás.

A kitételben az OÉTI önmagát cáfolja, ugyanis számos készítményt látott el szakvéleménnyel, amelyek pontosan azokat a hatóanyagokat tartalmazzák, amelyek a NorbiFit tablettában is megtalálhatók (inulin, a karnitin és a zöld tea kivonat). Számos olyan termék van, ahol ezen hatóanyagok jelenléte alapján az OÉTI nem vitatta az élettani hatást

(például a Béres Fittforma - karnitin, zöld tea, a Catabol - karnitin, zöld tea, Alexandra-Slim Formula - karnitin, zöld tea). Inulint tartalmaz többek között a NumberOne nevezetű termék, mely esetben az OÉTI az inulin élettani hatásával egyetértett és feltüntetését engedélyezte a termék csomagolásán.

14.4. Testsúlycsökkentésre utaló adatot a termék csomagolóanyaga tartalmaz. Az állítás használatát az OÉTI és a szakhatóság ÁNTSZ csak akkor engedi szerepeltetni a csomagoláson, ha az elvárt élettani hatás bizonyított és egyértelmű.

A forgalmazó a testsúlycsökkentésre nézve független szakmai vizsgálat, klinikai teszt végzésére kérte fel prof. dr. Halmy Lászlót, melynek szakmai hitele és tárgyilagossága megkérdőjelezhetetlen.

Az eljárás anyagához 2006. november 29-én csatolt véleményből álláspontja szerint megállapítható, hogy a magas létszámú, 66 főn elvégzett klinikai teszt bizonyítja, miszerint a termék használatával összefüggésben a testsúly átlag 116,73 kg-ról 110,47 kg-ra (különbség 6,26 kg), a testtömegindex 40,94 kg/nm értékről 38,85 kg/nm-re (különbség 2,09 kg/nm), a has körtérfogat átlaga 7,55 cm-rel, a test zsírtömege 3,89 kg-mal csökkent, illetve a csontszerkezet ásványi anyag tartalma a kezelés során enyhén emelkedett.

A klinikai teszt dokumentálta azt is, hogy a tesztben résztvevők fizikai aktivitása, erőnléte és fizikai teljesítő képessége jelentősen emelkedett.

Álláspontja szerint a NorbiFit termék mindenben megfelel a törvényi előírásoknak, hatóanyagainak hatását az elvégzett klinikai vizsgálatok egyértelműen bizonyítják.

14.5. A NorbiFit-el kapcsolatos reklámtevékenységre előadta, hogy abból indult ki, hogy szakít az úgynevezett „csodaszer” kommunikációval, vagyis kimondja, hogy a tablettától nem várható fogyás, csupán a teljes életmódváltás hozhat megoldást a túlsúly problémájára.

A testsúlycsökkenéssel kapcsolatban előadta, hogy ez a tudatos táplálkozás, az egészséges és örömteli testmozgás és a megfelelő étrend-kiegészítő használatának következménye.

Minden reklám megfogalmazta, hogy fentiek csak együttesen képesek a valódi súlycsökkentésre. A marketing megjelenésük során azt hangsúlyozták, és ha valaki a három tényező figyelembevételével alakítja életmódját, minden valószínűség szerint le fog fogyni. Nem állították, hogy a NorbiFit egymagában segítséget jelent a túlsúly kezelésében.

Előadta, hogy az előzetes állásfoglalás kevésbé méltányolja fentieket, és a szöveggörnyezetből kiemelt idézeteket említ ellenpéldaként.

Külön kitért arra, hogy az előzetes álláspont sokszor idézi az Excalibur című lap „A NorbiFit orvosi szemmel” című írását. Hangsúlyozta, hogy ez nem volt reklámcikk. Felkértek egy neves szakértőt, dr. Bakanek Györgyöt, hogy írjon értékelést a NorbiFit-ről. Ez nem volt fizetett hirdetés, csak egy független vélemény, amely egyetlen alkalommal jelent meg. A megjelent írás tartalmára ráhatással nem bírtak, azt dr. Bakanek György saját kutatásai, és a Halmy professzorral való egyeztetése után írta meg. Hangsúlyozta, hogy bár egyes mondatokat ki lehet emelni az egyes hirdetésekből, az üzenet minden egyes alkalommal egyértelmű volt.

Előadta, hogy a reklámokban nincs gyógyhatású ígéret, nem fogyókúra terméként mutatták be NorbiFit-et, azt csak a betegségek kezelésének kiegészítésére ajánlották.

A sav-bázis egyensúly fenntartását sem vélte gyógyító ígéretnek, mert az nem jellemzően betegség, csupán hiányállapot.

Megjegyezte, hogy a fogyasztók nem értékelték a marketinget, a jelentős költségek ellenére megbukott a termék, és 2006-ban a termék gyártása megszűnt, és csak a piacon és készleten lévő mennyiség értékesítése történt meg ez időben csekély eredménnyel. A forgalmazó jelentős veszteségeket halmozott fel, amelyet a benyújtott cégszámok is alátámasztanak.

Az I. rendű eljárás alá vont csupán ezt a terméket forgalmazza, jelenleg a fizetésképtelenség állapotában van, és felszámolása elkerülhetetlennek tűnik.

14.6. Az előzetes álláspontra előadta, hogy a „piaci hatás” megítéléskor kizárólag a konkrét ügyben szereplő termék és a vizsgált magatartás ítélnélhető meg, a megtévesztésre alkalmasság kérdésében minden egyes ügyet külön kell értékelni.

Sem a piaci hatás értékelésekor, sem a felróhatóság körében nem indokolt figyelembe venni a korábbi jogsértést, mivel utóbb a Metabol hatásossága bebizonyosodott.

Az előzetes álláspont indokolatlanul hivatkozott több alkalommal a Metabol nevű termékre. Előadta, hogy a Metabol 2006 nyarán megkapta az OGYI-tól a gyógyszernek nem minősülő gyógyhatású termék minősítést, aminek ugyan nincs visszaható hatálya, de a jelen helyzetben figyelembe kell venni a bírság értékelésekor. Nem vitatta, hogy a vizsgált időszakban a Metabol nem rendelkezett a minősítéssel (mivel az OGYI vizsgálatai hosszú ideig tartottak).

Az I. rendű eljárás alá vont vállalkozás terhére nem állapítható meg ismételt jogsértés. Az ún. „csoport szemlélet” alkalmazásához szükség van a Tpv. szerinti jogalapra. Jelen ügyben ilyen jogalap nincs meghatározva a bírság körében, azt a Tpv. 15. §-a használja és e § (2)

bekezdése definiálja. E definíció mindvégig vállalkozásról beszél, mely piaci magatartást tanúsíthat. A vállalkozást tulajdonló természetes személy nem tekinthető vállalkozásnak. Az „egymástól független vállalkozás” fogalma jelen ügyben nem értelmezhető.

15. A II. rendű eljárás alá vont előadta, hogy a Norbi életmódprogram új elemeként kívánta bevezetni a terméket, a brazil korallról szerzett korábbi tapasztalatok, valamint a forgalmazó (Tihor Attila) ajánlása alapján. Néhány adalékanyag hozzáadásával kívánta színvonalasabbá tenni a terméket, de a termék pontos összetétele és adagolásának kidolgozása, know-howja, valamint a csomagolás a forgalmazó kizárólagos tulajdonát képezte.

Az összetevőkre vonatkozó szakvélemények megismerése után állapodott meg a forgalmazóval a termék forgalmazásáról, és a marketingben való részvételről. A termék hatékonyságát, a Dr. Halmy László (a Magyar Elhízástudományi Társaság elnöke) vezetésével végzett felmérés eredmény igazolta.

15.1. Vitatta, hogy a NorbiFittel kapcsolatos kommunikáció túlzó és megalapozatlan lenne. Az étrend-kiegészítőn az OÉTI nem végzett ezt cáfoló laborvizsgálatot a termék összetételével kapcsolatban.

Az I. rendű eljárás alá vont II. rendű eljárás alá vont részére átadott termékösszetétel táblázat meggyőzte a II. rendű eljárás alá vontat arról, hogy az étrendkiegészítő megfelel a jogszabályi (RDA) előírásoknak.

Csatolta Prof. Dr. Halmy László, a Magyar Elhízástudományi Társaság elnökének "Norbifit hatása testsúlycsökkentő programban a fittségi állapotra" c. szakvéleményét, miszerint a tablettá hatása kontrollcsoportos randomizált klinikai vizsgálatban bizonyítást nyert.

Vitatta, hogy a reklámban foglalt és az előzetes álláspontban kifogásolt kijelentések megtévesztőek, mivel a NorbiFit az életmód program részeként segít a fogyásban. A reklámok hangsúlyozták, hogy "a Norbifit nem egy újabb csodafogyasztószer, az egy átfogó életprogram része." A reklámokat az összhatásuk és a benne foglalt információk összessége alapján kell értékelni.

Előadta, hogy a hivatkozott szakvélemény 8. oldala tartalmazza, hogy a termék fontos ásványi anyag és vitamin összetevőket tartalmaz.

15.2. A II. rendű eljárás alá vont versenyjogi felelősségével kapcsolatban előadta, hogy a II. rendű eljárás alá vont a NorbiFittel kapcsolatos kommunikáció esetlegesen megtévesztő jellegéért nem tehető felelőssé.

A gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény (Grtv. 2. § r.) pontja szerint az minősül reklámozónak, akinek érdekében a reklám közzétételre kerül, illetve aki a saját érdekében a reklám közzétételét megrendeli.

Az s) pont szerint reklámszolgáltatónak minősül az, aki tevékenységi körében a reklámot megalkotja, létrehozza, illetve ezzel összefüggésben egyéb szolgáltatást nyújt.

Az eljárás tárgyát képező reklámok tekintetében az I. rendű eljárás alá vont minősül reklámozónak, míg a II. rendű eljárás alá vont reklámokkal kapcsolatos tevékenysége kizárólag reklámszolgáltatói tevékenységnek tekinthető. A fogyasztók megtévesztéséért csak a reklámozó felelős, a reklámszolgáltató nem. A NorbiFit népszerűsítésében való részvétel csak azt jelentette, hogy a II. rendű eljárás alá vont ügyvezetője reklámszereplőként részt vett a NorbiFittal kapcsolatos kommunikációkban.

Ennek alátámasztására előadta, hogy az I. rendű és II. rendű eljárás alá vont között 2005. október 10. napján létrejött együttműködési szerződésben („Együttműködési Szerződés”) a II. rendű eljárás alá vont arra vállalt kötelezettséget, hogy részt vesz a NorbiFit népszerűsítésében, míg az Együttműködési Szerződés 2.1 pontja szerint ugyan a felek „közösén hozzák forgalomba a NorbiFit terméket”, ez azonban mind a további szerződéses rendelkezések alapján, mind a valóságban pusztán azt jelentette, hogy a II. rendű eljárás alá vont ügyvezetője a reklámokban szerepel és ajánlja a terméket.

Az Együttműködési Szerződés 3. pontjában a felek rögzítették, hogy a NorbiFit forgalomba hozatalával, minőségével, mennyiségével kapcsolatos felelősség, a vonatkozó jogszabályok, szakmai előírások, szakmai szokások betartásának kötelezettsége az I. rendű eljárás alá vontat terheli és a szabályok, előírások esetleges megszegésével okozott károkért sem Schobert Ferenc Norbert, sem a II. rendű eljárás alá vont nem tehető felelőssé.

Ezen túlmenően, amennyiben az I. rendű eljárás alá vont eltérne a NorbiFit összetételére vonatkozó előírásoktól a II. rendű eljárás alá vont erre vonatkozó írásbeli engedélye nélkül, 100.000.000,- Ft általános kártérítés megfizetésére köteles a II. rendű eljárás alá vont részére.

A II. rendű eljárás alá vont tekintetében a reklámozói minőség különösen annak fényében kizárt, hogy az I. rendű eljárás alá vont csupán rövid, határozott, 2005. október 10. napjától 2006. június 30-ig napjáiig tartó időszakra kötött Együttműködési Szerződést a II. rendű eljárás alá vonttal.

Megjegyezte, hogy bár a II. rendű eljárás alá vont a Grtv. szerint nem reklámozó, a II. rendű eljárás alá vont vállalkozás és Schobert Norbert mégis az elvártnál nagyobb gondossággal járt el.

Az Együttműködési Szerződés kifejezett súlyt helyezett arra, hogy az I. rendű eljárás alá vont szavatolja a termék minőségét. Nem állt érdekében, hogy olyan terméket népszerűsítsen, amely hosszú évek gondos munkájával felépített társadalmi elismertségét lerombolta.

15.3. Fentiekre tekintettel kérte, hogy a Versenytanács a hivatalból indított eljárást II. r. eljárás alá vont tekintetében szüntesse meg a Tpv. 74. § (2) bekezdése és 71/A. §-a alapján, mivel a versenyfelügyeleti eljárás elrendelésére okot adó körülmények nem állnak fenn.

Arra az esetre, amennyiben a Versenytanács a jogsértést megállapítaná, másodlagosan kérte a bírság mellőzését, illetve minimálisra történő csökkentését, figyelemmel arra, hogy a terméket az I. rendű eljárás alá vont forgalmazta, készítette, és ő jelentette meg a reklámokat is.

#### IV.

#### **Jogszabályi háttér**

16. Az élelmiszerekről szóló 2003. évi LXXXII. törvény (a továbbiakban: Ét) 2. § 1. pontja szerint élelmiszer minden anyag vagy termék, amit az európai élelmiszerjog általános elveiről és követelményeiről, az Európai Élelmiszerbiztonsági Hatóság létrehozásáról és az élelmiszerbiztonságra vonatkozó eljárások megállapításáról szóló, az Európai Parlament és a Tanács 178/2002/EK rendeletének (a továbbiakban: 178/2002/EK rendelet) 2. cikke szerint annak minősül. A 178/2002/EK rendelet szerint élelmiszer minden olyan feldolgozott, részben feldolgozott vagy feldolgozatlan anyag vagy termék, amelyet emberi fogyasztásra szánnak, illetve amelyet várhatóan emberek fogyasztanak el.

A jogszabályhelyek szerint - egyebek mellett - nem minősülnek élelmiszerek a gyógyszerek.

Az élelmiszerek tápérték jelölését szabályozó Magyar Élelmiszerkönyv 1-1-90/496 számú „Élelmiszerek Tápérték Jelölése” című előírása 6. § (5) bekezdése szerint „A vitaminokkal

és ásványi anyagokkal kapcsolatos információkat – a mellékletben megadott – napi ajánlott beviteli (RDA) százalékában is meg kell adni....".

Magyarországon az alábbi recommended daily allowance (RDA) értékek irányadóak a felnőttek számára fogyasztásra ajánlott napi ásványi anyag és vitamin mennyiséget illetően:

A-vitamin (retinol ekvivalensben kifejezve)	800 µg
D-vitamin (kolekalciferol)	5 µg
E-vitamin ( tokoferol)	10 mg
C-vitamin (aszkorbinsav)	60 mg
B <sub>1</sub> -vitamin (tiamin)	1,4 mg
B <sub>2</sub> -vitamin (riboflavin)	1,6 mg
Niacin	18 mg
B <sub>6</sub> -vitamin (piridoxin)	2 mg
Folsav	200 µg
B <sub>12</sub> -vitamin	1 µg
Biotin	0,15 mg
Pantoténsav	6 mg
Kalcium	800 mg
Foszfor	800 mg
Vas	14 mg
Magnézium	300 mg
Cink	15 mg
Jód	150 µg
Nátrium	2000 mg
Klorid	3000 mg
Kálium	3500 mg
Réz	1,4 mg
Króm	0,12 mg
Mangán	4,0 mg
Szelén	0,08 mg
Molibdén	0,25 mg
Fluor	1,5 mg

Az élelmiszernek minősülő termék napi fogyasztásra ajánlott adagjában jogszabályszerűen és legfeljebb a jelzett mennyiségekben a fentebbi nevesített anyagok lehetnek.

Az Ét. 20. § (11) bekezdése szerint rendeletben kell szabályozni az alábbi élelmiszer csoportokat:

- különleges táplálkozási célú élelmiszerek
- étrend-kiegészítők

#### 16.1. Különleges táplálkozási célú élelmiszerek.

A különleges táplálkozási célú élelmiszerek részletes szabályait a 36/2004. (IV. 26.) ESzCsM rendelet tartalmazza azon élelmiszerekre vonatkozóan, amelyek különleges összetételük vagy az előállításuk során alkalmazott különleges eljárás következtében megfelelnek a meghatározott táplálkozási céloknak (a továbbiakban: különleges élelmiszerek)

A különleges táplálkozási célú élelmiszerek forgalmazásához 2004. május 1-e óta nem kell az OÉTI engedélye, a gyártónak, forgalmazónak pusztán az erre irányuló szándékát kell bejelentenie. A bejelentési kötelezettség mellett termékmintát is küldeni kell.

A különleges élelmiszernek ki kell elégítenie az olyan fogyasztók speciális táplálkozási igényeit, akik emésztési vagy anyagcserezavarban szenvednek, illetve akiknek sajátos élettani állapotuk miatt bizonyos anyagok ellenőrzött mértékben történő fogyasztása előnyös, valamint az egészséges csecsemők és kisgyermekek speciális táplálkozási igényeit.

A különleges táplálkozási célú élelmiszerek termék specifikus előírással szabályozott termékcsoportjaiba tartoznak például

- a csecsemők és kisgyermekek számára készült, feldolgozott gabonaalapú élelmiszerek, továbbá
- a testtömeg csökkentés céljára szolgáló csökkentett energiatartalmú élelmiszerek.

A testtömeg csökkentés céljára szolgáló, csökkentett energiatartalmú étrendben felhasználásra szánt élelmiszerekről szóló 27/2004 (IV. 24.) ESzCsM rendelet rögzíti az e termékcsoporthoz vonatkozó követelményeket. A csökkentett energiatartalmú élelmiszerek olyan különlegesen összeállított élelmiszerekként nevesíti, amelyek az előállító útmutatása szerint alkalmazva helyettesítik a teljes napi étrendet vagy annak egy részét.



## 16.2. Az étrend-kiegészítők.

Az étrend-kiegészítőkről szóló 37/2004.(IV. 26.) ESzCsM rendelet (továbbiakban: R.) 2. §-a szerint étrend-kiegészítő az olyan élelmiszer, amely a hagyományos étrend kiegészítésére szolgál, és amely koncentrált formában tartalmaz tápanyagokat, vagy egyéb táplálkozási, illetve élettani hatással rendelkező anyagokat.

A rendelet alkalmazásában tápanyagnak minősülnek a vitaminok, és az ásványi anyagok.

Az R. 3. § (1) bekezdése értelmében a Magyar Köztársaság területén csak az e rendelet előírásainak megfelelő étrend-kiegészítő hozható forgalomba.

A 10. § (1) bekezdése szerint az étrend-kiegészítők hatékony hatásági ellenőrzése érdekében legkésőbb a termék első forgalomba hozatalakor a gyártó vagy importőr köteles bejelenteni a készítményt a Fodor József Országos Közegészségügyi Központ Országos Élelmezés- és Táplálkozástudományi Intézetéhez (a továbbiakban: OÉTI) a 4. számú melléklet szerinti adatok közzétételével és a címke egyidejű megküldésével.

Amennyiben szükséges, az OÉTI a bejelentőtől a termékre vonatkozó további adatokat kérhet.

Ha a termék az Európai Gazdasági Térség valamely tagállamában (a továbbiakban: tagállam) már forgalomban van, a gyártónak vagy az importőrnek az első bejelentéskor megadott információkat be kell nyújtania az OÉTI-nek, és meg kell neveznie azt az intézményt, amelyhez az első bejelentést tették (10. § (3) bekezdés).

Az R. 11. §-a szerint az étrend-kiegészítő forgalmazása az összetétellel, gyártási leírással, megjelenítéssel vagy jelöléssel kapcsolatos indokra hivatkozással nem tiltható vagy korlátozható, ha megfelel a jelen rendelet előírásainak.

A 12. § (1) bekezdése értelmében az étrend-kiegészítők ellenőrzését az élelmiszerekről szóló 2003. évi LXXXII. törvény 11. § (1) bekezdése szerinti hatóságok végzik, hatósági feladatait elsődlegesen az ÁNTSZ látja el.

Az előírások betartásának ellenőrzése érdekében a laboratóriumi vizsgálatokat az ÁNTSZ megyei és fővárosi intézetének laboratóriumai, az OÉTI, illetve étrend-kiegészítő vizsgálatára akkreditált laboratórium végzi (R. 11. § (2)).

A 13. § (1) bekezdése alapján az ÁNTSZ megyei intézete ideiglenesen felfüggesztheti, vagy megtilthatja az étrend-kiegészítő forgalmazását, ha új információ eredményeként vagy a meglévő információk újraértékelése alapján megállapítást nyer, hogy az veszélyezteti a fogyasztó egészségét, abban az esetben is, ha az megfelel e rendelet előírásainak. Az intézkedésről a haladéktalanul értesíti az OÉTI-t.

Az OÉTI az intézkedésről - az Európai Unió Bizottsága (a továbbiakban: Bizottság) és a tagállamok tájékoztatása érdekében - haladéktalanul értesíti a Magyar Élelmiszer-biztonsági Hivatalt, közölve az intézkedés okát.

16.3. Gyógyszernek nem minősülő gyógyhatású anyagok és készítmények nyilvántartásáról és forgalomba hozataláról szóló 10/1987.(VIII. 19.) EüM rendelet 2. §-a szerint gyógyszernek nem minősülő gyógyhatású készítmény az a természetes eredetű anyagot tartalmazó készítmény, amely kedvező biológiai hatással rendelkezik, orvosi előírás nélkül is alkalmazható, és amely előírászerű használat esetén egészségi ártalmat nem okoz. Az 1. § (2) bekezdése kimondja, hogy gyógyító hatásra utalással terméket - a jogszabályban meghatározottak kivételével - csak a rendelet előírásai szerint lehet előállítani és forgalomba hozni. A rendelet 6. §-a értelmében a rendelet hatálya alá tartozó új készítmény akkor hozható forgalomba, ha azt az OGYI nyilvántartásba vette és a forgalomba hozatalát engedélyezte. A 15. § (3) bekezdése értelmében a készítmény reklámozása az OGYI által jóváhagyott használati utasítás szövegével összhangban a forgalomba hozatali engedély birtokában lehetséges.

## V.

### **A Versenytanács álláspontja**

17. Az 1996. évi LVII. törvény (Tpv. 8. §. (1) bekezdése) értelmében tilos megtéveszteni a fogyasztókat a gazdasági versenyben.

A Tpv. 8. §. (2) bekezdés a.) pontja szerint fogyasztók megtévesztésének minősül, ha az áru ára, lényeges tulajdonsága - így különösen összetétele, használata, az egészségre és a környezetre gyakorolt hatása - tekintetében valótlan tény, vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állítanak, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak.

Fentiek értelmében azon magatartásoknak van versenyjogi relevanciája, amelyek a fogyasztók döntési szabadságát a versenyviszonyok torzítására alkalmas módon befolyásolják.

A Tpv. III. fejezetének célja a fogyasztók döntési szabadságának - mint védett jogi tárgyának - védelme az áruk, szolgáltatások közötti választással, és egyben a piaci versennyel

összefüggésben annak érdekében, hogy a gazdasági verseny ne szenvedjen sérelmet a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása révén. A tisztességtelen befolyásolás kihat vagy kihathat a fogyasztók - az azonos vagy egymást ésszerűen helyettesítő termékek közötti - választási folyamatára, illetve ezáltal a verseny alakulására (Vj-163/2004/21).

Az eljárás alá vont vállalkozás magatartását – a tényállásban írtak szerint – versenypiacon fejtette ki, hol több vállalkozás kínálja hasonló - többirányú - hatással bíró termékét, így az eljárás alá vonti tájékoztatások, illetve reklámok vonatkozásában megállapítható, hogy a Tpv. 8. § (1) bekezdésben írt egyik törvényi tényállási elem – a magatartás gazdasági versenyben való kifejtése – megvalósult.

18. Előrebocsátja a Versenytanács, hogy annak megítélésénél, hogy valamely reklám a Tpv. 8. § (2) bekezdés a.) pontjának alkalmazásában jogsértőnek minősül-e, az alábbiakat kell figyelembe venni.

Elsődlegesen a vizsgált közlések valóságtartalmát kell vizsgálni annak megállapítása érdekében, hogy a közölt tény, vagy tények valósak vagy valótlanok-e, illetve ezek a közlések az áru lényeges tulajdonságára vonatkoznak-e.

Az esetben, ha a tényállítások valósnak bizonyulnak, a magatartás az esetben tekinthető jogellenesnek, ha az áru lényeges tulajdonságára vonatkozó, egyébként valós tényeket megtévesztésre alkalmas (például túlzó, valós összefüggéseiből kiragadott) módon közölték a fogyasztókkal, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adtak. A fogyasztói döntéseknek a gazdasági versenyben való befolyásolására alkalmas az a cselekmény, amely a kínált árut vagy szolgáltatást kedvezőbbnek tünteti fel a fogyasztók előtt, előidézve azt, az akár közvetett hatást, hogy az ennek folytán kialakuló fogyasztói döntés következtében a reklámozó vállalkozás előnyösebb helyzetbe kerül a piacon (Vj-196/2004.).

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

A jelen ügyben vizsgált reklámokat a természetes személy fogyasztók szempontjából kellett megítélni, figyelembe véve azt is, hogy az érintett fogyasztói kör a bizalmi jellegű termék tekintetében érzékeny fogyasztói rétegnek minősül, mely fogékony az egészséggel és a nem kívánt külső jobba tételével kapcsolatos ígéretek iránt.

19. A Versenytanács álláspontja és gyakorlata szerint (Vj-18/2004.) valamely lényeges árutulajdonság állítása esetén az állítást a piacon ezzel megjelenő, profitorientált vállalkozásnak kell - hitelt érdemlően - igazolnia.

A Versenytanács gyakorlata értelmében a termékek hatásának dokumentálásához kiemelt közérdek fűződik. E körülménynek különös jelentősége van, ha a reklámozott áru az ígért hatást az emberi szervezetre vagy azzal kapcsolatban fejti ki (Vj-1/2002., Vj-147/2005. számú eljárás).

Fentiekből következik, hogy az esetben, ha az eljárás alá vonti termék - a reklámozás időpontjában – igazoltan nem felelt meg a reklámban megfogalmazott ígéretnek, illetve a hatást igazoló vizsgálatok nem, vagy még nem álltak rendelkezésre, nem tehető az emberi szervezettel kapcsolatos jogszerű állítás.

A reklámozás időpontjára nézve az eljárás alá vont vállalkozások által hivatkozott dr. Halmy László úgy nyilatkozott, hogy az eredményt csak valószínűsítette a termék összetétele alapján, illetve korábbi írásbeli véleménye megfogalmazásakor csak valószínű volt, hogy az eredmények tesztelésre kerülnek.

A Versenytanács álláspontja szerint az a körülmény, hogy az I. rendű eljárás alá vont vállalkozás utólag beszerezte a testsúlycsökkenést esetleg alátámasztó, illetve igazoló - és a Versenytanács által azt éppen annak elkészítése időpontja miatt nem ellenőriztetett és minősített - prof. dr. Halmy László által készített klinikai tesztet, a korábban folyt reklámtevékenységet nem teszi jogszerűvé, mivel a reklám állításainak annak megjelenésekor, vagyis a piaci hatás kifejtésekor kell megfelelnie fenti elvárásoknak.

Megjegyzi a Versenytanács, hogy a tényállásban írt Metabol megnevezésű terméknel is hasonló eljárást követett az I. rendű eljárás alá vont vállalkozás, mely eljárás - az emberi szervezetre gyakorolt hatás miatt – eleve nem engedhető meg a még nem ismert, ezáltal kétséges kimenetelű klinikai teszteredmények miatt.

A Versenytanács figyelembe vette azt is, hogy dr. Halmy László, fent hivatkozott jegyzőkönyvi nyilatkozatában arra nézve is előadást tett, hogy korábbi, klinikai eredmények hiányában adott véleménye – melyet az eljárás alá vontak a termék komplett hatásával kapcsolatban kértek bizonyítékként figyelembe venni – kizárólag a testsúlycsökkenéssel összefüggésben foglalt állást fenti módon, nem szólt ugyanakkor a termék ezen esetleg túlmutató, az emberi szervezetre ható egyéb tulajdonságairól.

A Versenytanács az eljárás alá vonti előadásra tekintettel rögzíti még, hogy jelen eljárásnak a termék minősítése nem képezi tárgyát, illetve nem feladata az ezzel kapcsolatos más hatósági eljárás megítélése sem. A fentiekkel kapcsolatban megismert tények csak abból az aspektusból kerültek a tényállásba, illetve a későbbiekben értékelésre, amennyiben ezekre a reklámok megítélése szempontjából szükség volt.

Fentieket alapul véve a termék dobozán feltüntetett - és a Versenytanács által irányadónak vett - termékösszetevők alapján abból indult ki, hogy az RDA % az alábbiak szerint alakult.

TABLETTA ÁLTAL TARTALMAZOTT: \*RDA % (napi adag) az Élelmiszerkönyvben írtakhoz képest %-ban kifejezve

<b>E-vitamin</b>	10 mg	100%	<b>B12-vitamin</b>	1 µg	100%
<b>B1-vitamin</b>	1,4 mg	100%	<b>C-vitamin</b>	60 mg	100%
<b>B2-vitamin</b>	1,6 mg	100%	<b>Biotin</b>	150 µg	100%
<b>Pantoténsav</b>	6 mg	100%	<b>L-karnitin</b>	50 mg	-
<b>Niacin</b>	18 mg	100%	<b>Inulin</b>	200 mg	-
<b>B6-vitamin</b>	1 mg	100%	<b>Polifenol</b>	20 mg	-
<b>Folsav</b>	200 µg	100%	<b>Likopén</b>	2 mg	-

\*a felnőttek

A dobozon látható feliratozás a „Norbifit étrend-kiegészítő tabletta” megnevezésen és a táblázatban írt információkon túl - a mennyiség feltüntetése nélkül - rögzítette még, hogy a termék brazil korallt, inulint, karnitint, likopént, zöld tea kivonatot és vitaminokat tartalmaz.

20. Külön kellett állást foglalni abban a kérdésben, hogy a II. rendű eljárás alá vont versenyjogi felelőssége megállapítható-e valamennyi – vagyis az általa közvetlenül megjelentetett információkon túli - reklámmal összefüggésben.

E körben a Versenytanács az alábbiakat értékelte:

Az együttműködési megállapodás szerint a két társaság közösen hozta forgalomba - a vizsgált időszakban - a NorbiFit elnevezésű terméket a II rendű NorbiFit összetételének ellenőrzési jogával.

A II. rendű eljárás alá vont jutalék ellenében vállalt részt az ezek által érdekében is álló, nevével fémjelzett NorbiFit marketing és reklámfeladatokban.

A szerződés II. számú melléklete rögzítette a felek marketing és reklámozási feladatainak megosztását, mely szerint azon túl, hogy Schobert Norbert vállalta, hogy minden írott és

elektronikus médiában való megjelenés során a lehető legtöbbször ad tájékoztatást a termékről, továbbá annak marketingjét folyamatosan támogatja, vállalta azt is, hogy kéthavonta egyezteti a marketingstratégiát, továbbá az eljárás alá vontak által - az elmúlt két hónapban - végzett tevékenységet. A szerződő felek azt is vállalták, hogy - a tevékenység dokumentálásán és archiválásán túl - azt kérésre bemutatják egymásnak, vagyis a szerződés biztosította a II. rendű eljárás alá vont azon jogát, hogy egyeztessen és ellenőrizze a reklámtevékenységet.

Fentiek - a Versenytanács szerint – megállapíthatóvá tették egyrészt, hogy az ismert, vagy megismerhető összetevőjű termékre folyó reklámtevékenység a II. rendű eljárás alá vont vállalkozás érdekében is folyt, vagyis – hivatkozásával szemben - nem csak a Grtv. 2. § s.) pontja szerinti tevékenységet végzett, de ezen túl azt is, hogy a szerződés értelmében folyamatosan módja volt ellenőrizni valamennyi reklámtevékenységet, illetve ennek egyeztetésében meg is egyeztek az eljárás alá vontak vállalkozások.

Az a körülmény, hogy a II. rendű eljárás alá vont vállalkozás esetleg nem élt a szerződésben biztosított jogával, illetve nem járt el kellő körültekintéssel, a versenyjogi felelősség alól nem mentesíti, vagyis a Versenytanács úgy tekintette, hogy a II. rendű eljárás alá vont vállalkozás önálló reklámtevékenységén túli reklámtevékenység az egymás tevékenységének ismeretében folyt.

A II. rendű eljárás alá vont vállalkozás előadására tekintettel a Versenytanács fentiekén túl azt az álláspontot foglalta el, hogy bár a szerződés 3. pontja rögzítette, hogy a termékkel kapcsolatos felelősség, illetve a vonatkozó jogszabályok, szakmai előírások betartásának kötelezettsége az Avalon-Team Kft-t terheli, illetve a szabályok megszegésével okozott károkért Schobert Ferenc Norbert, és a II. rendű eljárás alá vont nem tehető felelőssé, döntésénél azt vette figyelembe, hogy jelen eljárásnak nem képezte tárgyát a termékkel kapcsolatos, szerződésben írt esetleges jogellenes magatartás felek közti jogkövetkezménye, mivel az a reklámtevékenység megítélésére terjedt ki. A versenyjogi felelősséget nem zárhatja ki a felek belső megállapodása, mivel azt a piacon bekövetkezett, vagy erre alkalmas magatartás váltja ki.

Az a körülmény, hogy a szerződés rövid és határozott időre szólt, nem menti ki a II. rendű eljárás alá vont vállalkozást a versenyjogi felelősség alól, mivel a vizsgált reklámok megjelenése időszakában minden esetben módja volt az érdekében is álló reklámtevékenység ellenőrzésére.

21. Schobert Norbert neve a testmozgás és az egészséges életmód népszerűsítésével vált közismertté. Az elmúlt hónapokban több tucat élelmiszertermék viseli a nevét, illetve az általa kifejlesztett Update táplálkozási rendszer logóját, kódjait.

Fentieket is ismerve a Versenytanács osztja azt az eljárás alá vonti álláspontot, hogy a NorbiFit reklámokból, illetve azok egy részéből megtudható volt, hogy a termék egy átfogó életmódsziszter része, ugyanakkor - éppen erre is tekintettel - reklámonként kellett értékelnie, hogy az egyes reklámok – a teljes szövegezést tekintve – milyen üzenetet és milyen formában fogalmaztak meg a fogyasztók felé.

A vizsgált reklámok ezen túl többirányú tartalommal közvetítettek üzeneteket, melyeket szintén külön kellett értékelni.

21.1. Vasárnap Reggel, a Szabad Föld, a Blikk TV, a Blikk és a Blikk Nők, Hölgyvilág, Nők Lapja és a Story című lapokban megjelent reklámok:

- A „Lefogyasztom az országot!”, „Megtaláltam a fogyás titkát!”, „Most tényleg lefogyhatsz!” szlogenek figyelemfelhívó használata folytán a reklámok eleve a *fogyasztó hatásra* hívták fel a fogyasztók figyelemét, azzal a többletinformációval, hogy a „lakosság 60 %-a túlsúlyba *ellenére* hiába mozog, diétázik, mert *hiányoznak szervezetéből és táplálkozásából az alapvető anyagok*„, illetve a nagyon sikeres Update-rendszer és mozgásprogram *mellett* Norbi most megtalálta „életmód programjának harmadik és *egyben nélkülözhetetlen* elemét.

- Közlésre került továbbá, hogy a testsúlycsökkentő étrend hatásosságát több összetevő is biztosítja. Az étvágycsökkentésben a rost, a zsír energiává történő átalakításában az L-karnitin játszik szerepet, a zöld tea gyorsítja az anyagcserét, míg az anulin a zsír- és szénhidrát anyagcserét szabályozza.

- További üzenetként hangzott el, miszerint sokan számolnak be arról, hogy több az erejük és energiájuk a mozgáshoz és *csökken az étvágyuk*.

- Ezentúl közlésre került, hogy „szükség van egy olyan szerre, amely *mindent biztosít, amire a szervezetnek naponta szüksége van és segíti az anyagcserét, minek folytán eredménye van az erőfeszítésnek*.

- A reklám szerint a „NorbiFit egy rendkívül komplex összetételű szer, amely *egyedülálló a maga műfajában*. Egyik fő alkotórésze az úgynevezett brazil korall, aminek összetevőit is ismertette azzal, hogy hatására *nem lépnek fel különböző hiánytünetek és a sav-bázis egyensúly is fenntartható*.

- A korallon kívüli összetevőkre nézve közölte a reklám, hogy a NorbiFit napi adagja 100%-ban biztosítja a szervezet számára szükséges vitaminok legtöbbjét, így a B-vitaminokat, a folsavat, a C- és az E-vitamint.”

A termék hatására tett állítások mintegy nyomatékosítására, a reklám arról is informált, hogy a terméket „hosszú kutatások után” fejlesztették ki, melynek „kidolgozásában orvosok, gyógyszerészek és dietetikusok is segítettek.”

Fenti reklámok - az eljárás alá vonti hivatkozásnak megfelelően - tudatták a fogyasztókkal azt is, hogy a NorbiFit nem egy újabb csoda fogyasztószer, hanem egy átfogó életprogram része.

A Versenytanács osztja azt az eljárás alá vonti álláspontot, hogy a reklámok üzenetét teljes tartalma alapján kell megítélni.

A Versenytanács ezért mérlegelte, hogy a reklámozott termék a testsúlycsökkentés tekintetében igazolt hatással nem rendelkezett, mely eleve megalapozza a reklámtevékenység jogsértő voltát.

Az eljárás alá vonti előadásra figyelemmel külön értékelt, hogy a reklámok egy életmódprogram részeként mutatták be az egyébként igazolt hatással nem rendelkező terméket. Ez utóbbi körben kifejti, hogy a még esetleg valós, illetve igazolt hatás esetén is túlzó módon a fogyásra, testsúlycsökkenésre, illetve a túlsúlyból eredő problémák megoldására helyezték a hangsúlyt a reklámok. Ehhez különböző eszközöket használtak, így például a bevezető szlogenek mind a fogyasztó hatással voltak összefüggésben (pl. „Megtaláltam a fogyás titkát!”), illetve ezen túl a szövegezés kiemelten hivatkozott a harmadik, vagyis nélkülözhetetlen elemre a NorbiFit-re.

A Versenytanács szerint még az esetben is, ha az életmódprogram részeként igazolt lett volna a reklámozás időpontjában a testsúlycsökkentésben kifejtett – akár közvetett – hatás, akkor is olyan állítások fogalmazódtak meg a reklámokban, melyek mintegy azt is sugallták, hogy a termék fogyasztószer (lásd. „túlsúly *ellenére* hiába mozog, diétázik, mert *hiányoznak* szervezetéből és táplálkozásából *az alapvető anyagok*). A Versenytanács szerint ezek a megfogalmazások hangsúly nélkülivé tették azt a közlést, mely az életmódprogram egyik részeként mutatta be a terméket.

Az eljárás alá vonti védekezésre tekintettel rögzíti még a Versenytanács, hogy bár nem zárja ki azt, hogy egyes hivatkozott, a termékekben jelen lévő termékösszetevők közrehatnak a testsúlycsökkentésben, azonban egy-egy termék esetén az összetevők kellő mennyiségének



és együttes hatásának kell igazoltnak lennie az OÉTI véleménye, de a jogszabályi rendelkezések szerint is ahhoz, hogy valamely - az adott, konkrét termékre vonatkozó - állítás ne legyen alkalmas a megtévesztésre.

A Versenytanács szerint tehát a jogellenes reklámozást nem szünteti meg önmagában az a körülmény, hogy esetleg más termékek is hasonló összetevőkkel rendelkeznek, mert a vizsgált reklámok az adott termékre vonatkozóan, azok konkrét összetétele mellett fogalmazták meg állításaikat.

A Versenytanács a reklámra vonatkozó mérlegelése körében figyelembe vette, hogy az étvágycsökkentésre való alkalmasságot a dr. Halmy László által készített – már értékelt - vélemény sem vizsgálta külön.

Az ellenőrizhetetlen fogyasztói vallomások – amik végül is nem értékelhetők másként, mint az eljárás alá vont ellenőrizhetetlen tapasztalataként – pedig nem alkalmasak valamely termékhatás bizonyítására.

- Ugyancsak nem került bizonyításra a termék anyagcserére gyakorolt hatása, továbbá azon élettani hatás sem, miszerint bizonyos, nem nevesített - ezáltal nem igazolt és kontrollálhatatlan - hiánytünetek megszűnnek, de az sem, hogy élettani hatásként a termék fenntartja a szervezet sav-bázis egyensúlyát. Az eljárás alá vont vállalkozások által nem igazolt állításokkal szemben a Versenytanács az OÉTI véleményét fogadta el irányadóként fentiek tekintetében.

- Nem volt igazolt az az állítás sem - az OÉTI álláspontot is figyelembe véve -, hogy a termék „mindent biztosít, amire a szervezetüknek naponta szüksége van”, ugyanis erre még az étrend kiegészítők sem alkalmasak.

- Közvetlen piaci hatású állításként nem állja meg a helyét bizonyítottan a reklám azon állítása sem, hogy a NorbiFit egyedülálló a maga műfajában. Ez utóbbi állítás piacelsőségi állításnak minősül. A piacelsőségi állítások esetében azon túl, hogy az adott termék hatásának igazolására szükség van, szükséges egy további, más versenytársi termékekre elvégzett összehasonlító vizsgálat is, melynek elkészítésére az eljárás alá vont vállalkozások még csak nem is hivatkoztak.

Megjegyzi a Versenytanács, hogy az OÉTI ez utóbbi kérdésben úgy nyilatkozott, miszerint több olyan terméket forgalmaznak, amely korallt tartalmaz, illetve egy-egy termék minősítése esetén jelentőséggel bír - az összehasonlíthatóságra is kihatással - a napi beviteli mennyiség %-a, mely az eljárás alá vonti termékénél, a korallban lévő ásványi anyagok tekintetében nem éri el bizonyítottan a minimum 15 %-ot.

- Az a körülmény, hogy fentiek mellett a reklámok tudatták a fogyasztókkal, hogy a NorbiFit nem egy újabb csoda fogyasztószer, a reklámokat nem teszi jogszerűvé a Versenytanács álláspontja szerint, mivel éppen a tudományosság, egzakttság látszata volt a megtévesztésre alkalmassá tétel egyik eszköze.

- Az indokolásban foglalt táblázat alapján a Versenytanács nem kifogásolta a reklámok vitamintartalomra tett állítását.

21.2. A Blikkben és Szabad Földben „NorbiFit-tel folytatom a fogyást!” címmel jelentek meg a reklámok, melyek Versenytanács szerint - az előző reklámokkal ellentétben - a NorbiFit életmódprogramon belüli, fogyással kapcsolatos szerepét nem hangsúlyozták túl.

A reklám a fentiek ellenére jogsértőnek minősül, mivel a termékre nézve – a vitamintartalom túl – nem igazolt állításokat tartalmazott az „ásványi anyag bomba”-ként nevesített összetevő vonatkozásában, mely túlzó jelzővel ellátott állítás megtévesztésre alkalmas, mivel a napi beviteli adag (RDA) nem éri el a 15 százalékot sem.

A Versenytanács szerint a reklámok összhatása akkor is jogsértő lehet, ha egy-egy állítás valós tartalommal bír. Erre tekintettel - a termék lényeges összetevőjeként nevesített korall hatásának bizonyítatlan volta miatt - nem megalapozott az az állítás sem, hogy a több összetevőjű életmódprogram utolsó elemének hatásossága szerepet játszik az életmódprogram összhatásában, vagyis a további elemek hatásosságának fokozásában.

- A 21.1. pontban írt indokok alapján jogsértő a Szabad Földben megjelent reklám „egyedülálló”, piacelsőségi állítása is.

21.3. Más szövegezéssel, egy Schobert Norberttel készített reklámriporttal jelent meg a NorbiFit hirdetése 2006-ban a Metro, a Tina és a Diéta&Fitnessz című lapokban – 2006. áprilisában is - Norbi: ”Tavasza újjaszülethetsz!” címmel.

- A terméket népszerűsítő reklámriportból a fogyasztó megtudhatta, hogy a terhessége alatt is megőrizhető a tökéletes alak a termék használata révén - az életmód részeként - a nem brutális fogyi gyógyszerrel.

A reklámban használt, nem igazolt állítás akár egy módszer részeként, akár önállóan jogszerűtlen a már írtak szerint, amit erősít a „nem brutális fogyi” kifejezés használata is. Az ellentettpár ily módon való megfogalmazása megalapozatlan többlet reményeket kelthet a fogyasztóban, mert a szövegből az következik, hogy bár az ajánlott termék nem fogyaszt brutálisan, de „nem brutálisan” képes lehet a kívánt hatás elérésére.

- A gyermeknek is adok, így van ez a „NorbiFittel”- közlés szintén nem kelt megalapozott fogyasztói várakozást, ezáltal nem jogszerű. A gyermeknek adható, rájuk élettani hatással bíró termékek különleges táplálkozási célú terméknek minősülnek a vonatkozó, IV. fejezetben megjelölt jogszabály szerint, mely feltételeknek a termék nem felel meg. Tényleges hatása - vitamintartalmán túl - nem igazolt, illetve amennyiben különösebb hatást nem fejt ki, azaz nem árt, de nem is használ, erre nem építhető reklámígéret.

- Az a körülmény, hogy a reklám azt közölte, hogy a piacon az ajánlott terméken túl „.... nincs normális kínálat, minek folytán a termék kifejlesztésében az a cél motiválta az eljárás alá vont vállalkozást, hogy egy tartalmában új, forradalmian más termékeket, egy családot fejlesszen ki” - a Versenytanács szerint többszörösen jogszerűtlen.

A piacot más forgalmazók terhére - erre vonatkozó felmérések nélkül - minősítő, ezáltal a saját terméket jogtalanul feldicsérő állítás ugyanis nincs igazolva még a saját termék hatásait illetően sem, nem még összehasonlító vizsgálatokkal.

A nem igazolt állítások hihetőségét, a fogyasztók meggyőzését szolgálták azok a valóban állítások, miszerint a gyártókat az esetek többségében Norbi választja meg, illetve ő gyártatja le a terméket.

Megjegyzzi a Versenytanács, hogy a reklámriport azt is tartalmazza, miszerint Norbi közreműködik a reklámban és abba anyagilag is beszáll, mely reklámkitétel a II. rendű eljárás alá vont vállalkozás versenyjogi felelőssége vonatkozásában a már kifejtettek mellett is jelentőséggel bír.

21.4. Az Elixír-ben megjelent reklám - a már kifejtett indokok alapján - a szervezetnek mindent biztosító, testsúlycsökkentő, étvágycsökkentő, anyagcserét segítő és „egyedülálló” reklámállításai révén, melyek a termék lényeges tulajdonságaiként lettek megfogalmazva, összehatásában is alkalmas a megtévesztésre, figyelembe véve a reklám teljes szövegét, mivel a fogyasztó figyelmét ezen kiemelt állításokra irányította a reklám.

21.5. Az Excalibur Magazin fent már írt egyes állításokon túlmenően azt is ígérte, hogy a termék hatóanyaga a korall, kiegészíti a nehezen gyógyítható betegek gyógykezelését, illetve eredményesen alkalmazták a csontritkulásban, az ízületi gyulladásban szenvedőknél, az allergiás, az asztmás betegségek esetében, a fejfájások különböző formáinál, a migrénben, továbbá a szív- és érrendszeri problémákban, a magas vérnyomásban,

érelmeszesedésben, stb. szenvedőknél. Az egészségre gyakorolt hatás vonatkozásában arról is informált, hogy a termék az egészség megőrzésén túl annak helyreállítására is alkalmas.

A Versenytanács fentiek értékelésénél figyelembe vette, hogy az ígért termékhatások jogszerűségének mérlegelésénél abból kell kiindulni, hogy a már a IV. fejezetben ismertetett szigorú jogszabályi feltételek határozzák meg azt, hogy mely áru sorolható - gyógyító vagy gyógyhatással - az adott termékcsoportha.

A NorbiFit nem minősül gyógyszernek, vagy gyógyhatású szernek, így az erre utaló reklámállítás azon túl, hogy a vizsgált reklámok körén belül is súlyos megtévesztést eredményezhet, egy másik piacra, azaz gyógyszerek, vagy gyógyhatású termékek piacára kihatóan is kifejtheti hatását.

- A reklám további közlései vonatkozásában a már írtaknak megfelelően irányadóak, értékelve azt is, hogy a korallra - nem igazolt állításokkal - olyan ezáltal túlzó és az egyébkénti hatást fokozó kijelentéseket tett, miszerint a korallt állatoknak adva azt figyelték meg, hogy húsuk több fehérjét és kevesebb zsírt tartalmazott, a csirkék több tojást, a tehenek több tejet adtak, illetve emberi felhasználás során is meglepő eredményeket tapasztaltak.

A magazin 6. oldalán Norbi: „Megtaláltam a megoldást!” címmel megjelentetett reklám cikk az „egyedülálló a maga műfajában” jogellenes piacelsőségi, továbbá „a korall hatására nem lépnek fel különböző hiánytünetek és a savbázis egyensúly is fenntartható” igazolatlan élettani közlést tartalmazott.

A lap utolsó oldalán túlzó és nem igazolt állításokkal ajánlotta a terméket, mely hangulatkeltő, igazolatlan állítások erősítik a megtévesztésre alkalmas hatást („a XXI. század étrend-kiegészítője”, „Totális megoldás!”).

Az I. rendű eljárás alá vont előadására tekintettel rögzíti a Versenytanács, hogy álláspontja szerint a rendszertelen kiadású Excalibur magazinban – mely magas példányszámban, egyedileg terjesztett újság - írt tájékoztatás, jellegét és célját tekintve reklámnak tekinthető. A 2005. októberi számban az eljárás alá vonta megrendelésre közzétett terméktájékoztató rendeltetése - álláspontja szerint - a termék iránti figyelem felkeltése és hatásának ismertetése volt, vagyis reklámnak minősül, melyet az I. rendű eljárás alá vont vállalkozás a tartalom ismeretében tett közzé.

21.6. A Schobert Norbert nevével fémjelzett és a II. rendű eljárás alá vont által fenntartott internetes oldalakon több helyütt olvasható a NorbiFit termék ajánlása.

Az internetes közlés megtevesztésre alkalmas, ugyanis azon túl, hogy a rost szerepet játszik az étvágycsökkentésben, illetve a további itt írt egyes összetevők (L-karnitin, inulin) *általában* kifejthetnek valamely, a reklámban ismertetett élettani hatást, az nem került igazolásra, hogy konkrétan, az adott termék - összetevőit tekintve - is kifejti az ígért hatást. Fenti megállapításnál a Versenytanács az OÉTI álláspontjára is figyelemmel volt.

21.7. A Norbi Update Portálon olvasható információ („Elsősegély a tavaszi újjászületéshez!” Őszinte beszélgetés Norbival című reklámriport) tartalmának minősítése megegyezik a sajtótermékekben megjelentetett és a fenti ismertetett reklámriport minősítésével.

21.8. A Budapesti Piac online oldalán közzétett NorbiFit ajánlás a Norbi-féle sajtóreklámokkal kapcsolatban írtak szerint minősül jogsértőnek.

21.9. A HáziPatika.com webáruház oldalain a termék legfontosabb hatóanyaga, a brazil korall kiemelt kalcium és magnéziuma kap hangsúlyt, a jelentős a vas, a mangán, cink és réztartalom mellett azzal, hogy a termék tartalmazza a szervezet számára szükséges vitaminok legtöbbszörét is. Szól továbbá az étvágycsökkentésről és egyéb a tényállásban írt nem igazolt élettani hatásról.

Fenti tájékoztatás kapcsán megismétli a Versenytanács, hogy az étvágycsökkentésben játszott szerep dr. Halmy szerint sem került értékelésre. Az adott termék viszonyában nem igazolt továbbá az anyagok felszívódásában kifejtett hatás, az L-karnitin illetve az inulin szerepe sem.

Azon túl, hogy az állításokat az eljárás alá vontak nem igazolták, az OÉTI is a reklámban írtakkal ellentétes álláspontot foglalt el, így a Versenytanács ezt a tájékoztatást is jogellenesnek tekintette.

21.10. A NorbiFit 2005. novemberében az óriásplakátokon is megjelent „Már csak ez hiányzott a fogyáshoz! NorbiFit a test öre!” reklám - a Versenytanács álláspontja szerint - figyelemfelhívó reklámnak minősül.

A Versenytanács gyakorlata szerint az olyan reklámok, melyek csak felhívják a figyelmet a termék létezésére anélkül, hogy részletes tájékoztatást kívánnának nyújtani, figyelemfelhívó reklámnak minősülnek. Ezen reklámokban ugyan nem kell részletesen ismertetni a reklámozott termék lényeges tulajdonságait, azonban a figyelemfelkeltő állításnak valósnak

kell lennie. A Versenytanács nem értékelte valósnak azt a kitétel, hogy már csak a NorbiFit hiányzott a fogyáshoz, mivel ilyen hatása nem igazolt.

22. A fogyasztói döntéseket tisztességtelenül befolyásoló, a Tpv. 8 § (2) bekezdés a.) pontjában ütköző magatartás a fogyasztói döntésre gyakorolt hatás folytán vásárlókat vonhat el azoktól a forgalmazóktól, akik termékük reklámozásakor tisztességes eszközökkel próbálják megnyerni a fogyasztókat (Tpv. 8. § (1) bekezdés), így a Versenytanács a Tpv. 77. § (1) bekezdés d.) pontja alapján, a Tpv. 8 § (2) bekezdés a.) pontjára figyelemmel a jogsértést megállapította.

23. A Tpv. 78. § (1) bekezdése alapján a Versenytanács bírságot szabhat ki azzal a vállalkozással szemben, aki a törvény rendelkezéseit megsérti.

A Tpv. 78. § (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 felek piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a törvénybe ütköző magatartás ismételt tanúsítására - tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a fogyasztói érdekek sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

23.1. Az I. rendű eljárás alá vont vállalkozás a bírság összegének megállapítása szempontjából relevánsan jelentős reklámköltséggel folytatta a tényállásban írt, kiterjedt, és különböző reklámeszközöket alkalmazó reklámkampányát.

A kifogásolt hirdetések a megcélzott fogyasztói körhöz széles körben juttatták el a jogsértő információkat azon a piacon, ahol éles verseny folyik, illetve más piacra is kihathattak, mely körülményeket a jogsértés súlya körében értékelte a Versenytanács.

Az árbevételhez viszonyítottan kiemelkedően magas hirdetési költségráfordítás azt támasztja alá, hogy a termék intenzív bevezető reklámkampánya a fogyni kívánók körében minél több fogyasztót kívánt megnyerni a bizalmi termékre nézve.

A Versenytanács a bírság kiszabása körében értékelte azt is, hogy korábban több jogsértést is megállapított a Tihor Attila tulajdonában volt és ügyvezetése alá tartozott vállalkozások terhére.

A Versenytanács - bírósági gyakorlatra tekintettel is követett - álláspontja szerint a két azonos tulajdonosi irányítású, azonos tevékenységet végző, egymást a létrehozásban időben követő gazdasági társaságnak a Tpv. rendelkezéseit megsértő azonos típusú magatartása értékelendő az azonos tulajdonos újabb, azonos tevékenységet végző cége által elkövetett, a Tpv-t sértő cselekménye szankcionálása során (Föv. Ítéltábla 2.Kf. 27.146/2003/6., Vj-5/2002.).

Álláspontja szerint a személyi kör azonossága a bíróságot befolyásoló, az I. rendű eljárás alá vont terhére értékelendő körülmény. Az esetben, ha a gazdasági élet szereplői úgy valósítanak meg valamely versenyjogi jogsértést, hogy az ennek következményei alóli mentesülés érdekében új és új „formát” öltenek, a tény terükre írható a kiszabható bírság mértéke tekintetében úgy az ismételt elkövetés, mint a felróhatóság vonatkozásában.

A Versenytanács kifejti továbbá, hogy a Vj-8/2005/29. számú határozatban megállapított jogsértés tényét visszamenőleg nem szünteti meg az a körülmény, hogy a Metabol elnevezésű terméket az OGYI utóbbi gyógyszerek nem minősülő gyógyhatású termékként nyilvántartásba vette, vagyis ez a bírság kiszabása körében sem vehető figyelembe az I. rendű eljárás alá vont vállalkozás javára.

Megjegyzzi a Versenytanács, hogy az I. rendű eljárás alá vont vállalkozás álláspontjával egyetért a vonatkozásban, hogy a megtévesztésre alkalmasság - vagyis a jogsértés egyik tényállási eleme - megítélésénél nem lehet figyelembe venni egy korábbi eljárást, erre azonban nem is került sor figyelemmel arra, hogy a korábbi eljárásokat csak és kizárólag a bírság kiszabása körében értékelte a Versenytanács.

A fent írtak, valamint az I. rendű eljárás alá vont vállalkozás által elért bevétel alapján a Versenytanács az I. rendű eljárás alá vont magatartását súlyos jogsértésnek tekintette.

A kiszabható bírság mértékét azonban maximalizálja a Tpv. 78. § (1) bekezdésében írt azon rendelkezés, mely szerint a bírság összege legfeljebb a vállalkozás előző üzleti évében elért nettó árbevételének 10 százaléka lehet. Erre tekintettel határozta meg a Versenytanács a bírság összegét - az egyébként kiszabni indokolt bírság összege alatti - tizennégymillió forintban.

23.2. A II. rendű eljárás alá vont vállalkozás – az alkalmazott reklámeszközre tekintettel - nem rendelkezett kimutatható reklámköltséggel.

A bírság kiszabása körében a Versenytanács figyelembe vette, hogy a reklámozással összefüggésbe hozható forgalomból a II. rendű eljárás alá vont vállalkozás 11.440.700 Ft nettó bevételre tett szert, mely - költség hiányában - nyereségnek tekinthető.

Ehhez képest, figyelemmel arra is, hogy felelőssége részben önállóan, de a teljes reklámtevékenységgel összefüggésben is megállapítható volt, a már kifejtettek alapján, vele szemben is bírság kiszabását látta indokoltnak.

Értékelte ugyanakkor a közvetlenül megjelentetett reklámok – más reklámokhoz képesti - kisebb súlyú jogellenességét, illetve azt, hogy a súlyosabb jogsértések körében – az előző pontban már írtak figyelembevételével - az ellenőrzés elmulasztása volt megállapítható terhére, továbbá azt, hogy vonatkozásában nem állt fenn az ismételt elkövetés, mire tekintettel a Versenytanács a bírság összegét hárommillió forintban határozta meg.

Budapest, 2006. december 11.