

1054 Budapest, Alkotmány u. 5.
Levélcím: 1391 Budapest 62., Pf. 211.
Telefon: (06-1) 472-8865
Ügyszám: VJ/45/2020.
Iktatószám: VJ/45-212/2020.

Betekinthető!

Harmadik felek üzleti titka [ÜZLETI TITOK] jelöléssel látható!

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa

- a Dr. Magyar-Horváth Ügyvédi Iroda (KRID azonosító: 18197251) által képviselt
 - o **Whitening Solutions Kft.** (1068 Budapest, Városligeti fasor 24. fszt. 1.),
 - o **SOMNUS Investment Kft.** „felszámolás alatt” (1113 Budapest, Bocskai út 52-54. fszt. 1.),¹
 - o **Online Trading Solutions s.r.o.** (94341 Nová Vieska 145., Szlovákia) és
- az Ihász Erzsébet ügyvezető (6758 Röske, Petőfi Sándor u. 7.) által képviselt
 - o **BrightWhite Teeth Whitening s.r.o.** (94301 Stúrovo, Komenského 317/135., Szlovákia)

eljárás alá vont vállalkozásokkal szemben, fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt indult versenyfelügyeleti eljárásban – nyilvános tárgyalást követően – meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t .

Az eljáró versenytanács megállapította, hogy a Whitening Solutions Kft., a SOMNUS Investment Kft. „felszámolás alatt”, az Online Trading Solutions s.r.o. és a Brightwhite Teeth Whitening s.r.o. eljárás alá vont vállalkozások a BrightWhite fogfehérítő rendszer népszerűsítése során (a jelen határozat indokolásában bemutatott kereskedelmi kommunikációval) tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsítottak a versenyfelügyeleti eljárásban elrendelt második ideiglenes intézkedésig, azaz 2021. július 29-ig, azáltal, hogy

- 2020. július 20-tól tiltott termék forgalmazásával megvalósították a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) mellékletének 9. pontját, megsértve ezzel az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat,
- 2016. augusztus 10-től szerkesztői tartalomnak álcázott reklám alkalmazásával megvalósították az Fttv. mellékletének 11. pontját, megsértve ezzel az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat,
- 2013. november 5-től a természetes hatóanyag tartalomra vonatkozó állításokkal megvalósították az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontjának ba) alpontját, megsértve ezzel az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat és megsértették a kozmetikai termékekről szóló 2009. november

¹ Az eljárás alá vont törvényes képviselője, a Divitas Capital Felszámoló Kft. (1033 Budapest, Huszti út 35. 1. em., KRID azonosító: 27970690, felszámolóbiztos: Dr. Bohli Krisztina) által az ügyvédi irodának adott, 2022. január 24-én kelt meghatalmazást az eljárás alá vontak jogi képviselője a versenyfelügyeleti eljárásban tartott tárgyaláson, 2022. február 15-én nyújtotta be (lásd a VJ/45-208/2020. számú jegyzőkönyv 2. számú mellékletét).

30-i 1223/2009/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet (a továbbiakban: 1223/2009/EK rendelet) 20. cikk (1) bekezdését,

- 2013. október 16-tól a peroxidmentességre vonatkozó állításokkal megvalósították az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontjának ba) alpontját, megsértve ezzel az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat és megsértették az 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdését,
- 2015. december 28-tól a biszfenol (BPA) mentességre vonatkozó jelölés alkalmazásával megvalósították az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontjának ba) alpontját, megsértve ezzel az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat és megsértették az 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdését,
- 2017. december 24-től a termék egészségre gyakorolt hatásával, így biztonságos és a fogakat nem roncsoló tulajdonságára vonatkozó állítás alkalmazásával megvalósították az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontjának bj) alpontját, megsértve ezzel az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat és megsértették az 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdését,
- 2013. november 5-től a termék használatától várható eredményekkel, így gyorsaságával, fehéritő képességével kapcsolatos állítás alkalmazásával megvalósították az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontjának bg) alpontját, megsértve ezzel az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat és megsértették az 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdését,
- 2013. október 12-től a termékre vonatkozó piacelsőségi állítás alkalmazásával megvalósították az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontját, megsértve ezzel az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat,
- 2015. május 2-től az EU-Compliant jelzés, 2014. április 7-től az American Dental Association (ADA) jelzés használatával megvalósították az Fttv. 6. § (1) bekezdés h) pontját, megsértve ezzel az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat,
- 2013. november 5-től a negatív fogyasztói vélemények szűrésével kapcsolatos gyakorlatukkal megvalósították az Fttv. 3. § (2) bekezdésében foglaltakat, megsértve ezzel az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat,
- 2016. szeptember 6-tól a terméket ajánló személyek és az eljárás alá vont vállalkozások közötti gazdasági érdekeltiség eljárás alá vontak közösségi oldalain történő feltüntetésének hiánya vonatkozásában megvalósították az Fttv. 3. § (2) bekezdésében foglaltakat, megsértve ezzel az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat.

Az eljáró versenytanács megállapította, hogy a fenti magatartások miatt az eljárás alá vontak felelőssége az alábbi időszakokban állt fenn:

- a Whitening Solutions Kft. esetében 2019. márciustól,
- a SOMNUS Investment Kft. „felszámolás alatt” 2013. októbertől,
- az Online Trading Solutions s.r.o. 2020. októbertől,
- a Brightwhite Teeth Whitening s.r.o. 2018. szeptembertől.

Az eljáró versenytanács a fenti magatartásokra tekintettel a jogsértés megállapítása mellett

- az egy vállalkozáscsoportba tartozó **Whitening Solutions Kft. és SOMNUS Investment Kft. „felszámolás alatt”** eljárás alá vontakat egyetemlegesen **17.848.400 Ft**, azaz tizenhétmillió-nyolcszáznegyvennyolcezer-négyszáz forint versenyfelügyeleti bírság megfizetésére kötelezi, azzal, hogy az eljáró versenytanács a fenti bírság tekintetében vállalkozáscsoportként a Whitening Solutions Kft.-t, a SOMNUS Investment Kft. „felszámolás alatt”vállalkozást, a VITA-PACK Élelmiszerfeldolgozó Bt.-t (1068 Budapest, Városligeti fasor 24. fszt. 1.) és a CarPort Lease Kft.-

t (1068 Budapest, Városligeti fasor 24. fszt. 1.) azonosította,

- az **Online Trading Solutions s.r.o.-t 1.802.000 Ft**, azaz egymillió-nyolcszázkettőezer forint versenyfelügyeleti bírság megfizetésére kötelezi,
- a **Brightwhite Teeth Whitening s.r.o.-t 2.597.000 Ft**, azaz kettőmillió-ötszázkilencvenhétezer forint versenyfelügyeleti bírság megfizetésére kötelezi,

amely összegeket a kötelezettek a Magyar Államkincstár 10032000-01037557-00000000 számú² versenyfelügyeleti bírságszámlája javára kötelesek megfizetni a jelen határozat közlésétől számított 30 napon belül.

A fentiekben túl az eljáró versenytanács a versenyfelügyeleti eljárásban felmerült **28.980 Ft eljárási költség** (egyetemleges) megfizetésére kötelezi az eljárás alá vontakat, amely összeget szintén a jelen határozat közlésétől számított 30 napon belül kell megfizetniük a Magyar Államkincstár 10032000-01468223-00000000 számú eljárási költségbevételei számlájára.

Befizetéskor a közlemény rovatban feltüntetendő az eljárás alá vont neve, a versenyfelügyeleti eljárás száma, a befizetés jogcíme (versenyfelügyeleti bírság, illetve eljárási költség). Ha a kötelezett pénzfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget, akkor az adózás rendjéről szóló törvény szerinti késedelmi pótlékkal azonos módon számított mértékű késedelmi pótlékot fizet. A bírság és az eljárási költség (és az esetleges késedelmi pótlék) meg nem fizetése esetén a Gazdasági Versenyhivatal megindítja a határozat végrehajtását.

A határozat ellen a kézhezvételtől számított 30 napon belül közigazgatási per indítható. A keresetlevelet a Gazdasági Versenyhivatalnál kell benyújtani elektronikusan az erre rendszeresített űrlap³ 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.

Figyelemmel arra, hogy a VJ/45-29/2020. és a VJ/45-160/2020. számú ideiglenes intézkedések keretében elrendelt kötelezések a jelen határozat véglegessé válásáig szólnak, így a jelen döntés érinti a VJ/45-29/2020. és a VJ/45-160/2020. számú végzések eljárás alá vontakon kívüli kötelezettjeit is, ezért a Gazdasági Versenyhivatal a betekintheső változatot közli a következőkkel is:

- B&B Media Group Kft. (1138 Budapest, Danubius u. 10. 8. em. 2., KRID azonosító: 22956105),
- a Lakatos, Köves és Társai Ügyvédi Iroda (1075 Budapest, Madách Imre út 14., KRID azonosító: 18190254) által képviselt Facebook Ireland Ltd. (4 Grand Canal Square, Grand Canal Harbour, Dublin 2, Írország),
- Google Ireland Ltd. (Gordon House, Barrow Street, Dublin 4, Írország),
- a Gulyás Ügyvédi Iroda (1016 Budapest, Derék utca 2., KRID azonosító: 19295383) által képviselt Netrise Hungary Kft. (1016 Budapest, Derék u. 2.),
- a Dr. Nagy József Ügyvédi Iroda (1054 Budapest, Széchenyi u. 8., KRID azonosító: 18135286) által képviselt Social Guru Magyarország Kft. (1095 Budapest, Lechner Ödön fasor 1., 1. emelet 9.),

² Külföldről történő utalás esetén a számla adatai a következők: IBAN: HU88, SWIFT: HUSTHUHB
<https://www.gvh.hu/gvh/fizetesi-kotelezettssegek-teljesitesevel-kapcsolatos-bankszamla-adatok/fizetesi-kotelezettssegek-teljesitesevel-kapcsolatos-bankszamla-adatok>

³ http://www.gvh.hu/data/cms1041089/GVH_gvh_k01_19_01.jar

- Microware Hungary Kft. (1148 Budapest, Fogarasi út 3-5., KRID azonosító: 13128113),
- Do Média Kft. (2500 Esztergom, Kossuth Lajos u. 54. 4., KRID azonosító: 11743435).

I N D O K O L Á S

I.

I.1. A sérelmezett magatartások összefoglalása

1. A kozmetikumnak minősülő BrightWhite otthoni fogfehérítő rendszert, a BrightWhite márkát Magyarországon 2013. óta széles körben reklámozták a márkát képviselő és forgalmazó vállalkozások, különösen a közösségi médiában (a termék használatát és előnyeit bemutatva). Szakhatósági vizsgálatot követően a Nemzeti Népegészségügyi Központ a termékek forgalmazását 2020-ban megtiltotta, azonban az eljárás alá vontak a reklámozást folytatták, ami arra is rávilágított, hogy a vállalkozások sem aktuálisan, sem az egyes kereskedelmi gyakorlatok közzétételének idejére nézve nem tudták hitelesen, kellő mértékben igazolni azt, hogy az általuk alkalmazott (elsősorban hatékonysággal és egészséggel közvetlenül és közvetve kapcsolatos) állítások, szlogenek bizonyítottak, valósak.
2. Az egyes, nevükben is a márkára utaló, két természetes személyhez köthető eljárás alá vontak a vizsgált, 2013-tól kezdődő időszakon belül alapításukat követően különböző intenzitással, de részben párhuzamosan is érintettek voltak a kereskedelmi gyakorlatokban és a márka forgalmazásában, így tevékenységük, érdekeltségük a feltárt információk alapján nem különül el.
3. Lényeges továbbá, hogy a versenyfelügyeleti eljárás során feltárt tényállás jelentős részben nem az eljárás alá vontak nyilatkozataiból, adatszolgáltatásaiból ismert, az információk alapvetően harmadik felektől, a kereskedelmi gyakorlatok közvételeitől, közvetítőktől és hatóságoktól származnak.

I.2. Előzmény és a valószínűsített jogsértések

4. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) 2020. december 22-én VJ/45/2020. számon versenyfelügyeleti eljárást indított, mivel észlelte, hogy a Whitening Solutions Kft., a SOMNUS Investment Kft. és az Online Trading Solutions s.r.o. eljárás alá vont vállalkozások 2020. június 30. napját követően a BrightWhite otthoni fogfehérítő rendszer (a továbbiakban: régi termék) népszerűsítésére szolgáló olyan kereskedelmi kommunikációt alkalmaznak, amellyel azt a hamis látszatot keltik, hogy a termék jogszerűen forgalmazható annak ellenére, hogy a termék forgalmazását a Nemzeti Népegészségügyi Központ (a továbbiakban: NNK) a 2020. június 30-án kelt, 31945-3/2020/KTEF számú határozatával megtiltotta. Az eljárás alá vont vállalkozások e magatartásukkal az Fttv. mellékletének 9. pontjában foglalt tényállás megvalósításával valószínűsíthetően megsértették az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat.
5. A GVH észlelte, hogy az eljárás alá vont vállalkozások 2013 októberétől a termék:
 - összetevőivel, összetételével, így peroxidmentességével, természetes hatóanyag tartalmával, biszfenol (BPA) - mentességével,
 - egészségre gyakorolt hatásával, így biztonságos és a fogakat nem roncsoló tulajdonságával,
 - használatától várható eredményekkel, így gyorsaságával, fehérítő képességével (pl.: „*Extrém gyors – 4-6 árnyalattal fehérebb fogak már az első 20 perc után*”),
 - piacelsősége (pl.: „*A BrightWhite Európa 1. peroxidmentes otthoni fogfehérítő rendszere!*”) kapcsán

valószínűsíthetően nem kellően megalapozott és alátámasztott állításokat tettek közzé, melyekkel valószínűsíthetően megvalósították az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontjában – különösen annak ba), bj) és bg) alpontjaiban – foglalt magatartásokat, így valószínűsíthetően megsértették az Fttv. 3. § (1) bekezdésében rögzített tilalmat, és valószínűsíthetően megsértették az 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdésében foglaltakat.

6. A GVH észlelte, hogy az eljárás alá vont vállalkozások a termék népszerűsítésére szolgáló kereskedelmi kommunikációjukban olyan jelzéseket alkalmaznak, amelyek azt a hatást keltik, hogy a terméket egy létező szervezet hagyta jóvá, amely magatartással az Fttv. 6. § (1) bekezdés h) pontban foglalt tényállás megvalósításával valószínűsíthetően megsértették az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat.
7. A GVH észlelte továbbá, hogy az eljárás alá vont vállalkozások által a termék népszerűsítése során alkalmazott egyes kommunikációs eszközök tartalmából, illetve a fogyasztó számára felismerhető képi elemeiből nem tűnik ki egyértelműen, hogy azokért az eljárás alá vont vállalkozások ellenszolgáltatást nyújtottak, mely magatartásukkal az eljárás alá vont vállalkozások az Fttv. melléklet 11. pontjában foglalt tényállás megvalósításával valószínűsíthetően megsértették az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat.
8. A rendelkezésre álló információk alapján valószínűsíthető, hogy az eljárás alá vont vállalkozások nem a szakmai gondosság követelményének megfelelően járnak el, amikor szűrik a termékre nézve negatív véleményeket a www.brightwhite.hu weblapon, és valószínűsíthetően kizárólag csak a terméket pozitív színben feltüntető véleményeket jelenítik meg. A weboldalon nem található kommentmoderálási szabályzat vagy kézikönyv, amely tartalmazná azokat a konkrét szempontokat, amelyeket a moderálás során figyelembe vesznek. Az eljárás alá vont vállalkozások ezen magatartásukkal az Fttv. 3. § (2) bekezdésében foglalt tényállás megvalósításával valószínűsíthetően megsértették az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat.
9. A rendelkezésre álló információk alapján valószínűsíthető, hogy az eljárás alá vont vállalkozások nem a szakmai gondosság követelményének megfelelően jártak el, amikor a terméket népszerűsítő közösségi oldalakon közzétett tartalmakon nem jelölték, hogy a terméket ajánló személyek és a vállalkozások között gazdasági kapcsolat áll fenn, így a fogyasztók számára nem volt érzékelhető, hogy ezen tartalmak nem független ajánlások vagy vélemények, hanem azokért a véleményvezérek számára a vállalkozások ellenszolgáltatást nyújtottak. Az eljárás alá vont vállalkozások e magatartásukkal az Fttv. 3. § (2) bekezdésében foglalt tényállás megvalósításával valószínűsíthetően megsértették az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat.
10. A GVH a versenyfelügyeleti eljárást kiterjesztette⁴ annak vizsgálatára, hogy a „*BrightWhite 2021 otthoni fogfehérítő rendszer (fogfehérítő és remineralizáló gél)*” néven nyilvántartásba vett termék (a továbbiakban: új termék) népszerűsítésére szolgáló kereskedelmi gyakorlat megsérti-e
 - az Fttv. mellékletének 9. pontjában foglalt tényállás megvalósításával az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat, azáltal, hogy azt a valótlan benyomást kelti a fogyasztóban, hogy az új termék forgalmazása jogszerű, annak ellenére, hogy annak forgalmazását az NNK a 2021. június 3-án kelt, 33073-2/2021/KTEF számú határozatával megtiltotta,
 - az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontjában – különösen annak ba), bj) és bg) alpontjaiban – foglalt magatartásokkal az Fttv. 3. § (1) bekezdésében rögzített tilalmat, illetve az 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdésében foglaltakat azáltal, hogy az új termék

⁴ VJ/45-106/2020. számú végzés

- összetevőivel, összetételével, így peroxidmentességével, természetes hatóanyag tartalmával, biszfenol (BPA) - mentességével,
 - egészségre gyakorolt hatásával, így biztonságos és a fogakat nem roncsoló tulajdonságával,
 - használatától várható eredményekkel, így azok gyorsaságával, a termék fehéritő képességével (pl.: „*Extrém gyors – 4-6 árnyalattal fehérebb fogak már az első 20 perc után*”) összefüggésben valószínűsíthetően nem kellően megalapozott és alátámasztott állításokat tartalmaz,
- az Fttv. 6. § (1) bekezdés h) pontban foglalt tényállás megvalósításával az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat azáltal, hogy az új termék népszerűsítése érdekében olyan jelzéseket alkalmaz, amelyek azt a látszatot keltik, hogy az új terméket egy létező szervezet hagyta jóvá;
 - az Fttv. 3. § (2) bekezdésében foglalt tényállás megvalósításával az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat azáltal, hogy szűrik a termékre nézve negatív véleményeket a www.brightwhitecoco.hu és a www.brightwhite.shop weblapon, illetve valószínűsíthetően kizárólag csak a terméket pozitív színben feltüntető véleményeket jelenítik meg,
 - az Fttv. mellékletének 11. pontjában foglalt tényállás megvalósításával az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat azáltal, hogy egyes kommunikációs eszközök tartalmából, illetve a fogyasztó számára felismerhető képi elemeiből nem tűnik ki egyértelműen, hogy ezekért az eljárás alá vont vállalkozások ellenszolgáltatást nyújtottak,
 - az Fttv. 3. § (2) bekezdésében foglalt tényállás megvalósításával az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat azáltal, hogy a <https://www.facebook.com/BrightWhiteWhitening> oldalon közzétett tartalmakon nem jelölik, hogy a terméket ajánló személyek és a vállalkozások között gazdasági érdekelttség áll fenn, így a fogyasztó számára nem érzékelhető, hogy ezen tartalmak nem független ajánlások vagy vélemények, hanem azokért a vállalkozások a véleményvezérek számára ellenszolgáltatást nyújtanak.
11. A GVH a versenyfelügyeleti eljárásba ügyfélként bevonta⁵ a BrightWhite Teeth Whitening s.r.o.-t, ugyanis észlelte, hogy a termékek népszerűsítését célzó egyes megbízási szerződésekben megbízó félként, illetve a termék forgalmazójaként szerepel. Tekintettel arra, hogy a versenyfelügyeleti eljárásban kifogásolt, annak tárgyát képező egyes kereskedelmi gyakorlatok összefüggésben állnak a megbízási szerződés alapján elkészített és közzétett kereskedelmi kommunikációkkal, így az eljárásban vizsgált kereskedelmi gyakorlatok kialakításáért és megvalósításáért valószínűsíthetően a BrightWhite Teeth Whitening s.r.o. felelőssége is fennállhat.
12. A versenyfelügyeleti eljárásban két alkalommal került sor ideiglenes intézkedés elrendelésére. Mindkét alkalommal az Fttv. mellékletének 9. pontjában foglalt tényállás megvalósítása miatt, ugyanis az eljárás alá vont vállalkozások a forgalmazástól eltiltott, azaz jogszerűen nem forgalmazható terméket még a jogerős eltiltást követően hónapokkal később is aktívan reklámozták. A kommunikáció valószínűsíthetően széles fogyasztói kört ért el.
13. Az eljáró versenytanács a vizsgálók indítványára 2020. január 29-én, az első ideiglenes intézkedést elrendelő végzésben⁶ megtiltotta a BrightWhite otthoni fogfehérítő rendszer népszerűsítését célzó kereskedelmi kommunikáció folytatását, így arra kötelezte a Whitening

⁵ VJ/45-155/2020. számú végzés

⁶ VJ/45-29/2020. számú, ideiglenes intézkedést elrendelő végzés

Solutions Kft., a SOMNUS Investment Kft. és az Online Trading Solutions s.r.o. vállalkozásokat, hogy haladéktalanul, de legkésőbb a végzés kézhezvételét követő 5 napon belül a forgalmazástól eltiltott BrightWhite otthoni fogfehérítő rendszer népszerűsítését, illetve a termékkel kapcsolatos összes kereskedelmi gyakorlatot szüntessék meg 2020. július 20-áig visszamenőleg, illetve tegyenek közzé helyreigazítást.

14. Az eljáró versenytanács 2021. július 29-én a második ideiglenes intézkedést elrendelő végzésével⁷ megtiltotta az eljárás alá vontak számára az összes, különböző elnevezéssel és/vagy CPNP regisztrációs számmal forgalmazott BrightWhite otthoni fogfehérítő termékek népszerűsítését célzó kereskedelmi kommunikáció folytatását a versenyfelügyeleti eljárást lezáró döntés véglegessé válásáig, illetve – amennyiben erre hamarabb kerül sor – ezen termékek igazoltan, szakhatóság által is elismerten jogszerű forgalmazásának megkezdéséig.
15. Az ideiglenes intézkedést elrendelő végzésekkel kapcsolatban rögzítendő, hogy a vizsgálat a külön jelentésekben egyetlen, az Fttv. mellékletének 9. pontja szerinti tényállásra tekintettel indítványozta az ideiglenes intézkedés elrendelését. Az eljáró versenytanács ezen eljárással egyetértett, mivel akár egyetlen jogsértés valószínűsítése is megalapozhat ideiglenes intézkedést, így nem tartotta indokoltnak, hogy összes vizsgálati irányt értékelje. Az eljáró versenytanács egyúttal azt is megállapította, hogy az a körülmény, hogy a forgalmazástól eltiltott, azaz jogszerűen nem forgalmazható termék reklámozása még a jogerős eltiltást követően hónapokkal később is igen aktív, valószínűsíthetően a legáltalánosabb, a legtöbb fogyasztót (legszélesebb fogyasztói kört) érintő és potenciálisan a legnagyobb közvetlen sérelemmel (kárral) járó jogsértést valószínűsítheti meg az összes lehetséges jogsértő magatartás közül.
16. A vizsgálat a VJ/45-193/2020. számú vizsgálati jelentést 2021. október 20-án terjesztette a Versenytanács elé, ezzel az eljárás a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 47. §-ának (2) bekezdése alapján versenytanácsai szakaszba került.

II.

Az eljárás alá vont vállalkozások

II.1. Whitening Solutions Kft.

17. A Whitening Solutions Kft.-t (a továbbiakban: Whitening Solutions) 2019. március 6-án jegyezték be a cégnyilvántartásba, fő profilja az illatszer nagykereskedelem. Egyedüli tagja és egyben vezető tisztségviselője Bildhauer Nóra.
18. A Whitening Solutions termékértékesítésből származó nettó árbevétele 2019-ben 39.317.094 Ft,⁸ reklám- és médiaköltsége 18.406.937 Ft,⁹ munkavállalóinak száma pedig két fő volt. A rendelkezésre álló adatok alapján a Whitening Solutions a kis- és középvállalkozásokról, fejlődésük támogatásáról szóló 2004. évi XXXIV. törvény (a továbbiakban: Kkv tv.) alapján, KKV-nak minősül.¹⁰ Az eljárás alá vont 2020. évi beszámolója szerint (lásd a VJ/45-210/2020. számú irat mellékletét is) a vállalkozás 2020. évi nettó értékesítési árbevétele 59.908.000 Ft volt.

II.2. SOMNUS Investment Kft.

⁷ VJ/45-160/2020. számú, ideiglenes intézkedést elrendelő végzés

⁸ VJ/45-35/2020. számú adatszolgáltatás 2. pont

⁹ VJ/45-35/2020. számú adatszolgáltatás 4. pont

¹⁰ Kkv tv. 3. § (1) bekezdése szerint KKV-nak minősül az a vállalkozás, amelynek

a) összes foglalkoztatotti létszáma 250 főnél kevesebb, és

b) éves nettó árbevétele legfeljebb 50 millió eurónak megfelelő forintösszeg, vagy mérlegfőösszege legfeljebb 43 millió eurónak megfelelő forintösszeg.

19. A SOMNUS Investment Kft.-t (a továbbiakban: SOMNUS Investment) 2013. június 7-én jegyezték be a cégnyilvántartásba. Fő profilja a csomagküldő, internetes kiskereskedelem. A SOMNUS Investment egyedüli tagja és egyben vezető tisztségviselője Bildhauer Nóra.
20. A SOMNUS Investment a Kkv tv. alapján KKV-nak minősül és jelenleg felszámolási eljárás alatt áll.¹¹ Az eljárás alá vont 2018-ban 23.439.000 Ft nettó értékesítési árbevételt ért el. A nyilvánosan elérhető beszámolók és a VJ/45-210/2020. számú irat mellékletei szerint 2019-ben, 2020-ban és (a tevékenységet lezáró beszámoló alapján) 2021. első felében a vállalkozás nem ért el árbevételt.
21. Az eljárás alá vontnak a vizsgálattal érintett időszakban így alakult a termékértékesítésből származó nettó árbevétele, illetve a reklám- és médiaköltsége:

Időszak	Termékértékesítésből származó nettó árbevétel	Reklám- és médiaköltség
2014.	2.944.330 Ft	540.441 Ft
2015.	50.316.163 Ft	7.948.517 Ft
2016.	300.907.144 Ft	88.011.802 Ft
2017.	286.179.375	172.457.999 Ft
2018.	151.881.994 Ft	94.776.993 Ft
2019.	25.043.456 Ft	-

II.3. Online Trading Solutions s.r.o.

22. Az Online Trading Solutions s.r.o.-t (a továbbiakban: Online Trading Solutions) 2018. május 24-én jegyezték be a szlovák cégnyilvántartásba. Az Online Trading Solutions a vizsgálat tárgyát képező terméket a SOMNUS Investmenttel kötött vállalati brand átruházási szerződés aláírását követően, 2020. október 1-től forgalmazza.¹² Az Online Trading Solutions egyedüli tagja és egyben ügyvezetője Trückenbród István.
23. A VJ/45-204/2020. számú iratban az Online Trading Solutions s.r.o benyújtotta 2020. évi, legutóbb lezárt gazdasági évre vonatkozó beszámolóját és úgy nyilatkozott, hogy 2020. évi nettó árbevétele 49.366 Euró volt. Ezen összeg a Magyar Nemzeti Bank honlapján¹³ elérhető 2020. december 31-i árfolyammal (365,13 Ft) számolva – tízes számjegynél történő lefele kerekítéssel – 18.025.000 Ft.¹⁴

II.4. Brightwhite Teeth Whitening s.r.o.

24. A Brightwhite Teeth Whitening s.r.o.-t (a továbbiakban: Brightwhite Teeth Whitening) 2018. szeptember 6-án jegyezték be a szlovák cégnyilvántartásba.
25. A Brightwhite Teeth Whitening egyedüli tagja és egyben ügyvezetője Ihász Erzsébet. A szlovák Igazságügyi Minisztérium honlapján elérhető cégkivonatban szereplő adatok szerint 2020. december 21. napjáig Bildhauer Nóra volt a vállalkozás egyedüli tagja. A vállalkozás a bevételeiről sem a vizsgálati szakban, sem az eljáró versenytanács VJ/45-198/2020. számú felhívására sem válaszolt, utóbbi végzést 2021. november 29-én átvette. Az eljáró versenytanács előzetes álláspontjában is felhívta az eljárás alá vont vállalkozásokat a hiányzó bevételi adatok pótlására, azonban az előzetes álláspontra sem reagált a vállalkozás. Interneten elérhető egyedüli gazdasági

¹¹ VJ/45-164/2020. számú beadvány

¹² VJ/45-50/2020. számú adatszolgáltatás 1. pont

¹³ [https://www.mnb.hu/arfolyam-](https://www.mnb.hu/arfolyam-tablázat?deviza=rbCurrencyActual&devizaSelected=EUR&datefrom=2020.12.31.&datetill=2020.12.31.&order=1)

[tablázat?deviza=rbCurrencyActual&devizaSelected=EUR&datefrom=2020.12.31.&datetill=2020.12.31.&order=1](https://www.mnb.hu/arfolyam-tablázat?deviza=rbCurrencyActual&devizaSelected=EUR&datefrom=2020.12.31.&datetill=2020.12.31.&order=1)

¹⁴ A számítás helyességét az eljárás alá vont jogi képviselője a VJ/45-210/2020. számú iratban megerősítette, továbbá úgy nyilatkozott, hogy a vállalkozás 2021. évi beszámolója még nem került lezárásra.

vonatkozású információ¹⁵ szerint a vállalkozás alaptőkéje 5.000 Euró. A GVH más forrásból sem tudott hiteles bevételi adatokat beszerezni.

26. A rendelkezésre álló dokumentumok szerint a vállalkozás 2018-ban (szeptemberi bejegyzésétől kezdve) és 2019-ben mint a termék kizárólagos forgalmazója kötött közösségi média megjelenésre irányuló megbízási szerződést.¹⁶ A megbízási szerződés 1. pontja szerint „A Megbízó többek között a BrightWhite termékek kizárólagos forgalmazásával is foglalkozó gazdasági társaság.”
27. Az eljáró versenytanács a vállalkozás 2020. nettó értékesítési árbevételét (a márkát forgalmazó és képviselő többi, hasonló tevékenységi körű és méretű, 2020 végéig egy tulajdonoshoz, azaz azonos érdekeltségi körbe tartozó eljárás alá vont adatai alapján) számtani átlagon alapuló becsléssel határozta meg. A bevétel becslésének ezen módszerére az eljáró versenytanács már az előzetes álláspontjában is felhívta a figyelmet.
28. Figyelemmel arra, hogy 2020-ban a Whitening Solutions 59.908.000 Ft, a SOMNUS Investment 0 Ft, az Online Trading Solutions pedig 18.025.000 Ft árbevételt ért el, ezen bevételek átlaga (tízezres számjegyre lefele kerekítéssel) 25.970.000 Ft. Az eljáró versenytanács becslése szerint tehát a Brightwhite Teeth Whitening a legutolsó lezárt gazdasági évre, 2020-ra nézve 25.970.000 Ft nettó értékesítési árbevételt ért el.

II.5. Az eljárás alá vont vállalkozások kapcsolata, együttműködése és a vállalkozáscsoport bemutatása

29. A Whitening Solutions, a SOMNUS Investment és Brightwhite Teeth Whitening eljárás alá vont vállalkozások Bildhauer Nóra személyén keresztül kapcsolódnak egymáshoz. Jelenleg a Whitening Solutions és a SOMNUS Investment vállalkozások egyedüli tagja és egyben vezető tisztségviselője, illetve a Brightwhite Teeth Whitening egyedüli tagja is Bildhauer Nóra volt egészen 2020. december 21-ig. Az Online Trading Solutions pedig a rendelkezésre álló számlakivonat¹⁷ alapján Bildhauer Nóra részére átutalásokat¹⁸ hajtott végre. Az eljárás alá vont vállalkozások piaci tevékenységei is ugyanarra a piacra irányulnak, egyezőséget mutatnak, illetve kiegészítik egymást (illatszer nagykereskedelem és csomagküldő, internetes kiskereskedelem).
30. A marketing feladatokat ugyanazon munkavállaló látta el, függetlenül attól, hogy a terméket éppen melyik eljárás alá vont forgalmazta. A forgalmazást a 2014-2019. években a SOMNUS Investment, míg 2019-től a Whitening Solutions, majd egy brand átruházási szerződést követően 2020 októberétől az Online Trading vette át. A marketing feladatokat ugyanakkor változatlanul Sz.T. látta el, aki 2017-ben a SOMNUS Investment¹⁹ nevében levelezett, majd a 2020-ban először a Whitening Solutions, majd pedig az Online Trading Solutions²⁰ nevében küldött e-maileket az üzleti partnerek számára.
31. A vállalkozásokat Bildhauer Nóra ügyvezető párhuzamosan használta a termékre vonatkozó különböző gazdasági célok megvalósítására. Ezt alátámasztja az a tény is, hogy 2018. és 2019. évekre a Brightwhite Teeth Whitening eljárás alá vont vállalkozás is, mint a termék kizárólagos forgalmazója kötött közösségi média megjelenésre irányuló megbízási szerződést a SOMNUS Investment és a Whitening Solutions eljárás alá vont vállalkozások mellett.²¹ Továbbá Bildhauer

¹⁵ <https://orsr.sk/vypis.asp?lan=en&ID=433588&SID=9&P=1>, https://finstat.sk/51773732/obchodny_register, <https://www.registeruz.sk/cruz-public/domain/accountingintegrity/show/1779925>

¹⁶ VJ/45-127/2020. számú adatszolgáltatás 2. bekezdés

¹⁷ VJ/45-47/2020.

¹⁸ VJ/45-47/2020. 2020. december 10-i utalások

¹⁹ VJ/45-137/2020. számú adatszolgáltatás

²⁰ VJ/45-95/2020. számú adatszolgáltatás

²¹ VJ/45-127/2020. számú adatszolgáltatás 2. bekezdés

Nóra nyilatkozatai és beadványai rendre tartalmi egyezőséget mutatnak függetlenül attól, hogy a Whitening Solutions vagy a SOMNUS Investment képviselőként nyilatkozik a versenyfelügyeleti eljárás során. Valamint az NNK által előírtak igazolását nem csak a SOMNUS Investment, hanem a Whitening Solutions nevében is benyújtotta a versenyfelügyeleti eljárásban. Utóbbi két vállalkozás a tulajdonosuk révén egy vállalkozáscsoportba is tartozik jelenleg is, azonban az, hogy az eljárás alá vontak közül melyik és milyen módon vett részt a kereskedelmi gyakorlatokban, azok kialakításában vagy közzétételében, illetve mikor és milyen mértékben voltak a forgalmazásban érdekeltek nem határolható el egyébként sem egyértelműen egyik eljárás alá vont esetében sem (ide nem értve azt, hogy értelemszerűen megalakulásuk előtt felelősek sem lehetnek a vizsgált magatartásokért).

32. A rendelkezésre álló adatok alapján Bildhauer Nóra további két vállalkozásban tulajdonos aktuálisan: a VITA-PACK Élelmiszerfeldolgozó Bt.-ben (1068 Budapest, Városligeti fasor 24. fszt. 1.) egyedüli beltag (a Bt. kültagja Trückenbród István) és egyedüli tulajdonosa a CarPort Lease Kft.-nek (1068 Budapest, Városligeti fasor 24. fszt. 1.), így ezen vállalkozások is egy vállalkozáscsoportba tartoznak a Whitening Solutions-szal és a SOMNUS Investmenttel a Tpv. 15. § alapján.
33. Az eljárás alá vontak közül az egy vállalkozáscsoportba tartozók, a Whitening Solutions és a SOMNUS Investment, valamint a cégcsoport további feltárt tagjainak nettó értékesítési árbevételei a következőképpen alakultak 2020-ban:

Vállalkozás	2020.
Whitening Solutions	59.908.000 Ft
SOMNUS Investment	0 Ft
VITA-PACK Élelmiszerfeldolgozó Bt.	98.700.000 Ft
CarPort Lease Kft.	19.876.000 Ft
Összesen	178.484.000 Ft

34. Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a fentiek szerinti vállalkozáscsoportra, illetve a csoportszintű bevételi számításra sem a Whitening Solutions, sem a SOMNUS Investment nem tett észrevételt az előzetes álláspont alapján, azonban a 2021. december 20-án megküldött előzetes álláspontot, illetve az eredetileg tűzött, 2022. január 30-i tárgyalási időpontot követően a fenti csoport minden tagja közzétette a Céginformációs és az Elektronikus Cégeljárásban Közreműködő Szolgálat oldalán a korábban hiányzó, legutóbbi, 2020. évre vonatkozó éves beszámolóit (a VITA-PACK Élelmiszerfeldolgozó Bt. és a Whitening Solutions 2022. február 18-án, a SOMNUS Investment pedig 2022. január 31-én, együtt a 2019. évi beszámolóval és a 2021. évi tevékenységet záró beszámolóval együtt). A beszámolókra tekintettel a vállalkozáscsoport csoportszintű bevétele jelentősebben, mintegy 60 millió Ft-tal csökkent.
35. Az eljáró versenytanács megjegyzi továbbá, hogy az eljárás alá vontak félreérthették az eljáró versenytanács vállalatcsoport kifejezésre vonatkozó kérdését, amikor a VJ/45-210/2020. számú iratban előadták, hogy nem mulasztottak el bejelentési vagy egyéb Tpv.-s kötelezettséget és az ügyvédi iroda által képviselt három eljárás alá vont vállalkozás nem minősül jogi értelemben vett vállalatcsoportnak a Tpv. 15. § alapján, a társaságok vállalatcsoportként csak a könnyebb hivatkozhatóság érdekében kerültek megjelölésre. Az eljáró versenytanács ugyanis valóban pusztán a VJ/45-207/2020. számú iratban használt megfogalmazás miatt kérdezett rá az eljárás alá vonti értelmezésre, nem feltételezte, hogy az eljárás alá vontak ebben a tekintetben mulasztottak volna. Ezzel együtt az eljáró versenytanács a vállalkozáscsoport értelmezést a két azonos tulajdonosú eljárás alá vontra nézve fenntartja a Tpv. 15. §-ának (2) bekezdése alapján.

III.

Az érintett termék és piac

III.1. Érintett termék

36. Jelen versenyfelügyeleti eljárásban közvetlenül érintett termék a BrightWhite otthoni fogfehérítő rendszer, amely márkanév alatt három eltérő azonosító szám alatt forgalmazott termék értendő, amelyek elnevezése, referencia azonosítói és az azokhoz köthető termékfelelősök (a rendelkezésre álló dokumentációk szerint) az alábbiak:

A termék határozatban hivatkozott elnevezése	A termék elnevezése	Referencia azonosítók	Termékfelelősök
„régi termék”	BrightWhite otthoni fogfehérítő rendszer	1540619 CPNP	Somnus Investment
„új termék”	BrightWhite 2021 otthoni fogfehérítő rendszer (fogfehérítő gél, remineralizáló gél)	3616562 CPNP	Somnus Investment
„harmadik termék”	Brightwhite Wireless Teeth Whitening Device	3711842 CPNP	Online Trading Solutions ²²

37. A BrightWhite otthoni fogfehérítő rendszer kozmetikai terméknek minősül az 1223/2009/EK rendelet 2. cikk (1) bekezdés a) pontja alapján, miszerint kozmetikai termék minden olyan anyag vagy keverék, amely azt a célt szolgálja, hogy az emberi test különböző külső részeivel vagy a fogakkal és a szájüreg nyálkahártyájával érintkezésbe kerüljön, kizárólag vagy elsősorban azok tisztítása, illatosítása, kinézetük megváltoztatása, védelme, megfelelő állapotban tartása céljából, vagy a testszag megszüntetése érdekében.

38. A termék alkotóelemeit tekintve egyes részei változtak a vizsgálattal érintett évek alatt, azonban bizonyos elemek mindig az alkotórészét képezték: a fehérítő gél, az ásványi anyag tartalmú remineralizáló gél és a LED izzós szilikon fogsín.



39. A termékekhez kapcsolódó dokumentációkban látható, hogy a régi termék gyártója a Bleach Pro Products, amelynek vélhetően Bleach Pro Whitening-re (Vancouver, Washington 98682 USA PH 360-931-2749) változott a neve tekintve, hogy a Bleach Pro Whitening hasonló fogfehérítő termékeket gyárt.²³

²² VJ/45-144/2020. számú tájékoztatás

²³ <https://www.bleachpro.com/form.html>

III.2. Érintett piac és az érintett termékek piaci jellemzői

40. Jelen versenyfelügyeleti eljárásban azonosított érintett piac az otthoni fogfehérítő termékek piaca. A magyar szépségápolási piac egyik „alpiacát” képezi, amelyen tevékenykedő nagyjából 1500 cég forgalma több mint 100 milliárd forint évente. A Nielsen kutatásából kitűnik, hogy a vásárlók üzleti döntésére jelentős hatással vannak a reklámok, ugyanis hazánkban a fogyasztók többnyire azokat a termékeket vásárolják, amelyekkel reklámokban találkoznak, népszerűek és alacsonyabb árúak.²⁴

III.2.1. Kínálati oldal

41. Az érintett piac sokszereplős, a termékek iránti kereslet megkönnyíti a piacra lépést, így évente vannak új belépő versenytársak. Azonban a piacról való kilépés sem ritka, ugyanis az új versenytársaknak nehéz felvenniük a versenyt a már ismert és népszerű márkákkal.²⁵ A potenciális belépőknek olyan terméket kell létrehozniuk, amely egyaránt megfelel a piacon támasztott igényeknek és a hatósági előírásoknak, nem utolsósorban fel kell építeniük a termékük iránti bizalmat is.²⁶

42. Az érintett piacon az értékesítés főleg online formában történik. A piacon négy forgalmazó található, akik a termékeik népszerűsítése és értékesítése céljából saját, magyar nyelvű honlapot üzemeltetnek. Ezek a forgalmazók és termékeik: Diamondfogfehérítés – HealthPoint Kft²⁷, WhiteMax - FazonTeam Kft²⁸, WeSmile – Online Trading Solution²⁹, FreshSmile - Smile By Somody s.r.o.³⁰ Az Árkeresőn és az Emagon elérhetőek még a GlamWhite, a GlorySmile, WhiteSmile, Innovagoods, Smilepen és az IVISMILE márkák termékei. Részesedésük valószínűsíthetően az otthoni fogfehérítő termékek piacán a következőképpen alakul: legnagyobb piaci részesedéssel a BrightWhite rendelkezik, őt követi a Diamond fogfehérítés, a Whitemax, a Wesmile és azt követően a többi vállalkozás.³¹

43. Az online jelenlét alapján megállapítható, hogy a vállalkozások az EU-s szabályozás és követelmények miatt szinte azonos minőségű termékeket kínálnak. Megfigyelhető, hogy az árak is közel azonosak, ez alól egyedül a BrightWhite új fogfehérítője képez kivételt, amelyet a többi termékhez viszonyítva jelentősen magasabb áron lehet megvásárolni.

III.2.2. Keresleti oldal, a BrightWhite termékek célcsoportja

44. Azon természetes személyek tekintendők a keresleti oldal fogyasztóinak, akik fehérebb fogakat szeretnének úgy, hogy a kívánt hatást természetes anyagokat tartalmazó, kíméletesebb és bárhol elvégezhető termék alkalmazásával szeretnének elérni, nem pedig a fogorvosok által használt peroxid tartalmú, jellemzően drágább vagy körülményesebb kezelés által. Több mint kétszer annyi nő (67,4%), mint férfi (32,6%), és jellemzően a fiatal és a középkorú korosztály vásárol fogfehérítő terméket.³²

45. Az otthoni fogfehérítésre szolgáló termékek iránt a kereslet lassú mértékben, de folyamatosan növekszik. A fogyasztók szívesebben választják az otthon elvégezhető kezelést, és egyre kevésbé keresnek fel ebből a célból fogorvosi rendelőt. Tudatosabbak is a fogyasztók, tisztában vannak a

²⁴ VJ/45-181/2020. számú adatszolgáltatás

²⁵ VJ/45-174/2020. számú adatszolgáltatás

²⁶ VJ/45-181/2020. számú adatszolgáltatás

²⁷ <https://diamondfogfeherites.hu/>

²⁸ <https://whitemax.hu/>

²⁹ <https://wesmile.hu/>

³⁰ <https://www.freshsmile.hu/>

³¹ VJ/45-174/2020. számú adatszolgáltatás

³² VJ/45-174/2020. számú adatszolgáltatás

fogfehérítése procedúrák hatásaival és lehetséges veszélyeivel, ezért a természetes és peroxidmentes megoldásokat keresik. A tudatosságot támasztja alá az a tény is, hogy egyre több vásárló érdeklődik a termékbiztonságot igazoló dokumentumok iránt.

46. A fogyasztók többsége akciók alkalmával vásárol ilyen terméket, illetve a vásárlói vélemények lényeges szempontot jelentenek a választáskor. Az átlagos fogyasztó tekintetében megállapítható, hogy nincs tisztában a fogfehérítésre vonatkozó EU-s szabályozással, ezáltal azzal sem, hogy a kínált termékek a követelmények miatt szinte azonos hatással bírnak. Így az üzleti döntésüket jelentős mértékben befolyásolják a vásárlói vélemények, illetve a véleményvezérek által megjelenített promóciók.³³

IV.

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

IV.1. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat megjelenési jellemzői, körülményei

47. A termék értékesítésével és népszerűsítésével kapcsolatos vizsgált kereskedelmi gyakorlat az alábbi kommunikációs eszközökön valósult meg:

- saját weboldal,³⁴
- saját Facebook oldal,³⁵
- saját Instagram oldal,³⁶
- Facebook hirdetések és Instagram hirdetések,
- Femcafe weboldal és Facebook oldal,³⁷
- véleményvezérek közösségi oldalai,
- e-DM levelek.³⁸

48. Az érintett termékkel kapcsolatos állítások (típusai) a következők:

- „Teljesen természetes. Hatóanyaga teljesen természetes összetevőket tartalmaz. Természetes kozmetikai anyagokkal érjük el ugyanazt a hatást.”
- „Peroxidmentes. Teljesen peroxidmentes.”
- „BPA mentes.”
- „Biztonságos és fájdalommentes. Nem roncsolja sem a fogakat, sem a fogínyt.”
- „4-5 árnyalattal fehérebb fogak mindössze 20 perc alatt. Akár 12-14 árnyalattal fehérebb fogak.”
- „Világújdonság.”
- „EU-Complaint jelzéssel rendelkezik. Termékünket az Amerikai Fogorvosok Egyesülete (ADA) is támogatja és ajánlja.”

49. A vizsgált kereskedelmi kommunikációk tartalmát a vizsgálat mintavétel alapján feltárt mintázatok, illetve következtetések (indukciók) módszerének alkalmazásával tekintette át. Ennek

³³ VJ/45-174/2020. számú adatszolgáltatás

³⁴ www.brightwhite.hu, www.brightwhitecoco.hu, www.brightwhite.shop

³⁵ www.facebook.com/BrightWhiteHungary, <https://www.facebook.com/BrightWhiteWhitening>

³⁶ www.instagram.com/brightwhitehungary/

³⁷ VJ/45-95/2020. számú adatszolgáltatás

³⁸ VJ/45-131/2020. számú feljegyzés

indoka az általános közigazgatási rendtartásról szóló 2016. évi CL. törvény (a továbbiakban: Ákr.) 4. §-ában foglalt hatékonyság elvének való megfelelés mellett, hogy a kereskedelmi kommunikációnak teret adó weboldalak, Facebook és Instagram posztok, illetve hirdetések rendkívül nagy terjedelemben állnak rendelkezésre, továbbá ezen kommunikációk felépítése ismétlődő jelleget, azonos mintázatokat mutat. A feldolgozott kereskedelmi kommunikációkból levont megállapítások nem eredményeztek ellentmondást, így ezeket megalapozottan lehet irányadónak tekinteni, és abból következtetni a sokaságra.

50. A kereskedelmi kommunikációs eszközök mindegyike tartalmazza a termék nevét, valamely jellemzőjére vonatkozó állítást (peroxidmentes, BPA mentes, természetes összetevők, biztonságosság és nem roncsoló hatás).
51. A feltárt kereskedelmi gyakorlat tartalmát, megjelenési jellemzőit, illetve az egyes véleményvezérekkel kötött megállapodásokra és az ellenszolgáltatásra vonatkozó információkat a vizsgálati jelentés mellékletei tartalmazzák.³⁹ A rendelkezésre álló információk alapján a vizsgált időszakban a jogsértő kommunikációs eszközök feltárt költsége összesen [ÜZLETI TITOK] Ft, azaz több mint 700 millió Ft volt.⁴⁰ Ezen összeg jelentősen meghaladja az eljárás alá vontak ismert nettó értékesítési árbevételeinek összegét, de még a SOMNUS Investment II.2. pontban bemutatott forgalmi eredményeinek összegét is.

IV.1.1. Saját weboldal

52. Az eljárás alá vontak, illetve az érintett termékek saját weboldalaként a vizsgálattal érintett időszakban három weboldal került azonosításra, amelyek a következők:

- www.brightwhite.hu (első weboldal),
- www.brightwhite.shop (második weboldal)
- www.brightwhitecoco.hu (harmadik weboldal).

IV.1.1.1. Első weboldal

53. A 2013. október 17-én regisztrált www.brightwhite.hu weboldalon az első aktivitás 2013. november 5-én volt megfigyelhető, domain-használójaként a SOMNUS Investment⁴¹ azonosítható. A weboldal évenkénti állapotát a vizsgálati jelentés 3. számú melléklete tartalmazza.⁴²
54. A honlap 2013. október 5-i állapotán látható, hogy már ekkor megjelentek a termékre vonatkozóan a következő állítások:
- összetevők és összetétel kapcsán: „*peroxidmentes*”, „*természetes kozmetikai anyagok*”,
 - egészségre gyakorolt hatására vonatkozóan: „*biztonságos és fájdalommentes*”, „*nem károsítják sem a fogakat, sem a fogínyt*”.
55. 2017. december 24-i állapoton olvashatóak először a következő állítások:
- „*Teljesen természetes – hatóanyaga teljesen természetes anyagokat tartalmaz*”
 - „*biztonságos és a fogakat sem roncsolja*”⁴³

³⁹ VJ/45-193/2020. számú vizsgálati jelentés

⁴⁰ VJ/45-193/2020. számú vizsgálati jelentés 10. számú melléklete

⁴¹ VJ/45-12./2020. számú feljegyzés 8. számú melléklet

⁴² Az időállapotok bemutatása a www.webarchive.org weboldal alkalmazásával történt.

⁴³ VJ/45-193/2020. számú vizsgálati jelentés 3. melléklet - A termék weboldalainak képernyőmentései – 40. oldal

56. A vizsgált időszakban az idő elteltével, illetve a terméket érintő innováció eredményeként a termék hatékonyságára, fehéritőképességére irányuló állítások is eltérően alakultak:
- „A kezelés mindössze napi 45 percet vesz igénybe és már az elő használat után 4-6 árnyalattal fehérebbek lesznek a fogai”⁴⁴ – 2013. november 5.
 - „Extrém gyors – 4-6 árnyalattal fehérebb fogak már az első 45 perc után”⁴⁵ - 2017. december 24.
 - „Extrém gyors – 4-6 árnyalattal fehérebb fogak már az első 20 perc után”⁴⁶ - 2020. október 25.
57. 2014. április 14-én jelent meg a honlapon azon állítás, miszerint a terméket az Amerikai Fogorvosok Egyesülete (American Dental Association rövidítve: ADA) is támogatja és ajánlja, amelyet egy, a honlapon elhelyezett logó is jelzett.⁴⁷
58. 2015. május 2-től további, ajánlást sugalló logók használata is észlelhető a weboldalon, nevezetesen az EU-Compliant bizalmi jegy, a NATURAL WHITENING GEL és a Non-peroxide jelölések.⁴⁸ A rendelkezésre álló információk szerint 2015. december 28-án olvasható először a BPA-free jelölés a honlapon.
59. Fogyasztói vélemények is megjelentek a termékkel kapcsolatban az első weboldalon. 2013. november 5-től kezdődően a „Vásárlóink” aloldalon kerültek közzétételre (keresztnévvel és életkorral megjelölve) a fogyasztói vélemények,⁴⁹ valamint 2014. április 7-től a „Fórum” aloldal biztosított lehetőséget a termékkel kapcsolatos további kérdések feltételére.⁵⁰ A „Fórum” aloldal csak 2016 júliusáig volt elérhető, ezt követően csak a „Vásárlóink” aloldal üzemelt.
60. A VJ/45-29/2020. számú ideiglenes intézkedést követően 2021. február 11-én elérhetetlenné tette a Microware Hungary Kft. az első weboldalt, amely azóta sem vált elérhetővé.⁵¹

IV.1.1.1. Második weboldal

61. A második, www.brightwhite.shop weboldal elérhetőségét a vizsgálat 2021. június 17-én észlelte. 2017. február 14-én regisztrálta a CSL Computer Service Lagenbach GmbH, a továbbértékesítésre a Do Média Kft. (2500 Esztergom, Kossuth Lajos utca 54. 4.) jogosult, a domain-használatjáról nincs információ.⁵²
62. A weboldal tartalmát a vizsgálati jelentés 3. számú melléklete mutatja be. A második weboldalon alkalmazott állítások megegyeznek az első weboldalon alkalmazott állításokkal, azzal, hogy az egyes termék aloldalaknál megjelenik, hogy a termék az „EU szigorú szabályainak megfelelő CPNP regisztrációval rendelkezik”.⁵³
63. A második weboldal a VJ/45-160/2020. számú, második ideiglenes intézkedés eredményeképpen nem érhető már el.

IV.1.1.1. Harmadik weboldal

⁴⁴ VJ/45-193/2020. számú vizsgálati jelentés 3. melléklet - A termék weboldalainak képernyőmentései – 3. oldal

⁴⁵ VJ/45-193/2020. számú vizsgálati jelentés 3. melléklet - A termék weboldalainak képernyőmentései – 40. oldal

⁴⁶ VJ/45-193/2020. számú vizsgálati jelentés 3. melléklet - A termék weboldalainak képernyőmentései – 63. oldal

⁴⁷ VJ/45-193/2020. számú vizsgálati jelentés 3. melléklet - A termék weboldalainak képernyőmentései – 7. oldal

⁴⁸ VJ/45-193/2020. számú vizsgálati jelentés 3. melléklet - A termék weboldalainak képernyőmentései – 21. oldal

⁴⁹ VJ/45-193/2020. számú vizsgálati jelentés 3. melléklet - A termék weboldalainak képernyőmentései – 5. oldal

⁵⁰ VJ/45-193/2020. számú vizsgálati jelentés 3. melléklet - A termék weboldalainak képernyőmentései – 13. oldal

⁵¹ VJ/45-43/2020. számú adatszolgáltatás

⁵² VJ/45-131/2020. számú feljegyzés iratbeemelésről

⁵³ VJ/45-193/2020. számú vizsgálati jelentés 3. melléklet - A termék weboldalainak képernyőmentései – 114. oldal

64. A harmadik, www.brightwhitecoco.hu weboldalt 2017. március 19-én regisztrálta a Do Média Kft., az elérhetőségét a vizsgálat 2021. június 7-én észlelte. A weboldal domain-használója a SOMNUS Investment.⁵⁴ A weboldal tartalmát a vizsgálati jelentés 3. számú melléklete ismerteti.
65. Az állítások megegyeznek az első és második weboldalon alkalmazott állításokkal, azonban a második weboldaltól eltérően, a harmadik weboldal nem tartalmaz a CPNP regisztrációs számra utalást.
66. A harmadik weboldal a VJ/45-160/2020. számú, második ideiglenes intézkedés eredményeképpen nem érhető már el.

IV.1.2. Saját Facebook oldalak

67. Az eljárás alá vontak saját Facebook oldalaként a vizsgálattal érintett időszakban két oldal került azonosításra, amelyek a következők:

- www.facebook.com/BrightWhiteHungary (első Facebook oldal)
- www.facebook.com/BrightWhiteWhitening (második Facebook oldal)

IV.1.2.1. Első Facebook oldal

68. 2013. október 16-án regisztrálták a termékhez kapcsolódó első Facebook oldalt,⁵⁵ amelyhez az alábbi regisztráló személyek kapcsolhatók:⁵⁶

Target szám	Létrehozó	E-mail címek	Van-e kapcsolódó hirdetési fiók? ⁵⁷
[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK] ⁵⁸
[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]
[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]
[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]
[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]
[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]
[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]
[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]

69. A névjegy pontban olvasható bemutatkozás szerint: „*A BrightWhite Európa 1. peroxidmentes otthoni fogfehérítő rendszere! Fehérítse fogait gyorsan, biztonságosan, fájdalommentesen mindezt elérhető áron!*”⁵⁹ Az eljárás alá vontak nyilatkozatai alapján a piacelsőségi állítást 2013 óta, vagyis az első Facebook oldal indulása óta alkalmazzák.⁶⁰

⁵⁴ VJ/45-131/2020. számú feljegyzés iratbeemelésről

⁵⁵ VJ/45-148/2020. számú adatszolgáltatás

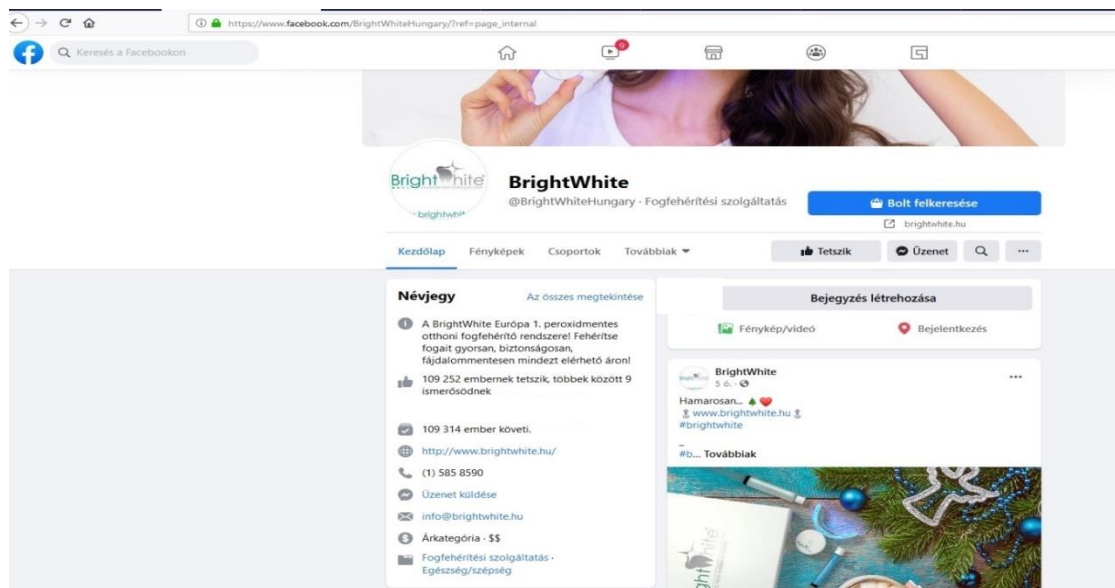
⁵⁶ VJ/45-148/2020. számú adatszolgáltatás 1. számú mellékletei

⁵⁷ Az oldalszámok megjelölése a VJ/45-148/2020. adatszolgáltatás 2. számú mellékleteként csatolt dokumentumok egyszerűbb azonosíthatóságát szolgálják.

⁵⁸ A vizsgálat azonosított 2020. decemberi, az Online Trading Solutions által teljesített utalásokat B.G. egyéni vállalkozó részére, amely alapján megállapítható, hogy a fiókot használó személy is az eljárás alá vontakhoz köthető és a közzétett tartalmak alapján az eljárás alá vont vállalkozások javára jár el.

⁵⁹ VJ/45-193/2020. számú vizsgálati jelentés 113. pont

⁶⁰ VJ/45-34/2020., VJ/45-35/2020. számú adatszolgáltatás 8. pont



70. A rendelkezésre álló információk szerint az eljárás alá vontak napi rendszerességgel tettek közzé a termék népszerűsítésére szolgáló posztokat, amelyeknek jellemzően két típusa került megjelenítésre:

- Az egyik típus az eljárás alá vontak olyan hirdető jellegű tartalmai, amelyek a termékek jellemzőit sorolják (pl.: 32 LED izzó, beépített akkumulátor, vízállóság). Ezeken jellemzően maga a termék látható, annak dobozában vagy anélkül, illetve egy terméket használó, vakítóan fehér fogakkal rendelkező nő, aki a terméket használja, vagy vélhetően a használatával elért eredményt mutatja be.⁶¹ A képek mellett elhelyezett szöveg legtöbbször a termék biztonságos, fájdalommentes, gyors tulajdonságát emelik ki. A szöveg alatt megjelennek továbbá a #peroxidmentes, #peroxidmentesfogfehérítés, #fajdalommentes, #fajdalommentesfogfeherites, #gyors hashtagek.
- A másik típus pedig olyan tartalom, amelyet kisebb-nagyobb követőtáborral rendelkező⁶² véleményvezérek tettek közzé, az eljárás alá vontak pedig átvették és úgy jelenítették meg, szerkesztői tartalomként feltüntetve azokat. Ezeken a képeken a véleményvezérek láthatóak a termék társaságában, a képek alatt olvasható leírásban pedig megosztják a termékekkel kapcsolatos tapasztalataikat, elégedettségüket. Az eljárás alá vontak ezen posztok közzététele során az eredeti szöveget kiegészítették az alábbiak valamelyikével: „Köszönjük a szuper képet! Mosolyogj magabiztosan!”, „Köszönjük a bizalmat! Mosolyogj magabiztosan!” „Köszönjük újra a bizalmat! Mosolyogj magabiztosan!”.

⁶¹ VJ/45-193/2020. számú vizsgálati jelentés 119. pont

⁶² A véleményvezérek követőszámára vonatkozó adatokat a VJ/45-15/2020. számú, ideiglenes intézkedés elrendelését indítványozó jelentés 2. számú melléklete tartalmazza.



71. Az első Facebook oldalon 2020. július 20. - 2021. január 12. között közzétett posztokat a vizsgálati jelentés⁶³ 7. számú melléklete tartalmazza. Ebben a körülbelül fél éves időszakban 220, a terméket népszerűsítő poszt került közzétételre, amelyből 100 poszt a terméket kipróbált kisebb-nagyobb követő bázissal rendelkező véleményvezérek egyéni tapasztalatait mutatja be.
72. Az első Facebook oldalon közzé tett kereskedelmi kommunikációkban releváns visszatérő állítás a „fájdalommentes”, „biztonságos”, „peroxidmentes”, illetve többször szerepel a „már az első használat után fehérebb” állítás is.
73. Az első Facebook oldal több mint 109.000 követővel rendelkezett.⁶⁴ A VJ/45-29/2020. számú ideiglenes intézkedés végrehajtása eredményeképpen a Facebook 2021. február 17. napjával elérhetetlenné tette az első Facebook oldalt.

IV.1.2.2. Második Facebook oldal

74. A második Facebook oldalon a terméket az ideiglenes intézkedés ellenére ismételt népszerűsítették 2021. június elejétől kezdődően. Az oldalon angol nyelvű posztok kerültek közzétételre, azonban azokhoz magyar nyelvű hashtagek tartoztak.⁶⁵

⁶³ VJ/45-193/2020. számú vizsgálati jelentés

⁶⁴ VJ/45-45 /2020. számú feljegyzés

⁶⁵ VJ/45-193/2020. számú vizsgálati jelentés 128. pont



75. Különbség az első Facebook oldalhoz képest, hogy a másodikon nem tették közzé a terméket kipróbáló véleményvezérek ajánlásait, beszámolóit. A második Facebook oldal követőinek száma szintén majdnem elérte a 109.000 főt.⁶⁶ Az előzetes álláspont, illetve a jelen határozat kiadásának az idején az aloldal nem érhető el.

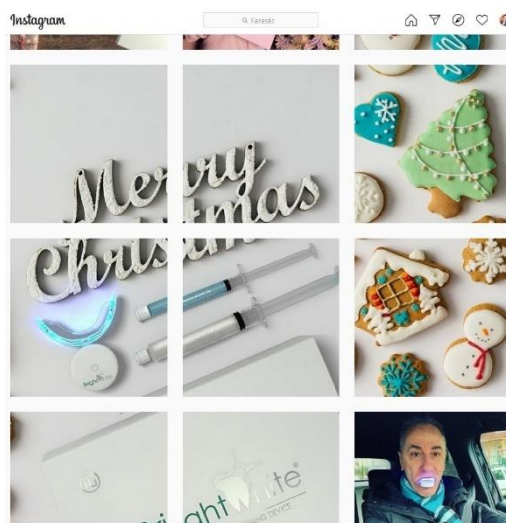
IV.1.3. Saját Instagram oldal

76. A termék Instagram oldala 2015. augusztus 1. óta elérhető.⁶⁷ A megjelenő tartalmak szintén két kategóriába sorolhatóak, mint az első Facebook oldalon. Vagyis egyrészt az eljárás alá vontak hirdetés-jellegű tartalmait, másrészt a véleményvezérek által közzétett, átvett posztok különböztethetők meg.

77. Az első Facebook aloldalon és Instagram oldalon rendszerint ugyanazok a tartalmak jelentek meg, így az Instagram oldalon azonosított hangsúlyos állítások szintén az alábbiak: „fájdalommentes”, „biztonságos”, „peroxidmentes”, illetve a „már az első használat után fehérebb”. Az Instagram oldalon néhányszor egy kép több, mozaikos részletben jelent meg, amely mozaikok mellett a promóciós szöveg nem változott. Többször előfordulhatott emiatt, hogy a termék Instagram oldalát követő fogyasztó naponta többször, akár 5-10 alkalommal is találkozhatott ugyanazon szöveg kíséretében reklámbejegyzésekkel a hírfolyamában.

⁶⁶ VJ/45-131/2020. számú feljegyzés iratbeemelésről 3. számú melléklet

⁶⁷ VJ/45-131/2020. számú feljegyzés iratbeemelésről 3. számú melléklet



78. Az oldal követőinek száma meghaladta a 71.000. főt.⁶⁸ A VJ/45-29/2020. számú ideiglenes intézkedés végrehajtása eredményeképpen a Facebook 2021. február 17. napjával elérhetetlenné tette az első Facebook oldalt.⁶⁹

IV.1.4. Facebook hirdetések és Instagram hirdetések

79. A terméket hirdetések útján is reklámozták mind a Facebookon, mind az Instagramon. A hirdetésekhez hasonló kísérő szöveg társult, mint ami a Facebook és Instagram posztokhoz tartozott. A fogyasztók akkor is találkozhattak ezen tartalmakkal, ha nem követték a termék social media felületeit, „ajánlottként” akkor is feldobhatta számukra a platform algoritmus.

80. A megjelenési jellemzők nem az eljárás alá vontak, hanem alapvetően a Facebook Ireland Ltd. nyilatkozataiból, adatszolgáltatásaiból ismertek.

81. A hirdetések a Facebook és az Instagram oldalakon különböző intenzitással jelenhettek meg a vizsgált időszakban. A Facebook és Instagram oldalakhoz tartozó hirdetéstár adatai alapján az első Facebook és Instagram oldalon 2020. november és 2021. január között 14,⁷⁰ a második Facebook oldalon pedig 2021. június-július időszakban 9 aktív hirdetés futott.⁷¹

82. A [ÜZLETI TITOK] adatszolgáltatása⁷² alapján készített statisztika szerint a vizsgált időszakban a hirdetések száma a következőképpen alakult:

[ÜZLETI TITOK]

83. [ÜZLETI TITOK].⁷³

84. Látható a táblázat alapján, hogy a 2013. és 2021. közötti érintett időszakban több mint 16 ezer hirdetést tettek közzé az eljárás alá vontak a Facebookon.

85. A hirdetések legfőbb üzenete a „peroxidmentes”, „gyors”, „biztonságos” és a „fájdalommentes” tulajdonság, emellett azonban gyakran megtalálható a „nem roncsolja a fogakat” állítás is.

⁶⁸ VJ/45-45/2020. számú feljegyzés beemelésről 3. számú melléklet

⁶⁹ VJ/45-49/2020. számú adatszolgáltatás

⁷⁰ VJ/45-12/2020. számú feljegyzés beemelésről 2. számú melléklet

⁷¹ VJ/45-131/2020. számú feljegyzés beemelésről 3. számú melléklet

⁷² VJ/45-148/2020. számú adatszolgáltatás

⁷³ Például a VJ/45-193/2020. számú vizsgálati jelentés 4. számú melléklet 1. és 6. oldal

86. Az eljárás alá vontak gyakran tettek közé olyan átvett tartalmakat, amelyeket véleményvezérek tettek közzé saját platformjaikon. Ezekhez az eljárás alá vontak gyakran társították a „Köszönjük a bizalmat!” utalást:

[ÜZLETI TITOK]

87. A statisztika alapján látható, hogy több mint 900 bizalomra épülő hirdetés került közzétételre.

IV.1.5. FemCafe weboldal és FemCafe Facebook oldal

88. Az érintett időszakon belül (2013 októberétől) a – Netrise Kft. üzemeltetésében lévő – www.femcafe.hu weboldalon két alkalommal jelent meg PR cikk a termékekről. Az első cikk 2017. május 15-én, a második pedig 2020. november 12-én került közzétételre.⁷⁴

89. A megjelenés megrendelője a Netrise Kft. adatszolgáltatásában szereplő dokumentáció tanúsága szerint a SOMNUS Investment Kft. volt. A Netrise Kft. előadta, hogy a megjelent cikkek szakmai tartalmát (termék használatának bemutatása, hatásossága) a megrendelő határozta meg, azt csupán stilisztikai szempontból volt lehetőség befolyásolni.⁷⁵ A Netrise Kft. az első megjelenésért pénzbeli ellenszolgáltatásban részesült, a második megjelenésért az ellenszolgáltatás maga a termék volt, barter-megállapodás keretében.

90. A PR cikkek 2017. június 1-3. és 2020. november 12-14. közötti időszakban összoldali PR box kiemeléssel voltak támogatva,⁷⁶ továbbá a 2020-as a cikk a weboldal mellett megjelent a FemCafe Facebook oldalán is.⁷⁷

91. A 2020. november 12-14. közötti kampány a Netrise Kft. statisztikája szerint 4.727 megtekintést ért el és 928 kattintást eredményezett.

92. A cikkekben az alábbi állítások jelentek meg a termékre vonatkozóan 2017-ben:

- „*peroxidmentes*”
- „*nem károsítják sem a fogakat, sem a fogínyt*”
- „*természetes kozmetikai anyagok*”
- „*a kezelés mindössze 45 percet vesz igénybe alkalmaként és már az első használat után 4-6 árnyalattal fehérebb fogakat kapunk.*”,

illetve 2020-ban:

- „*Így lehet 4-5 árnyalattal fehérebb fogsorod mindössze 20 perc alatt*”
- „*peroxidmentes*”
- „*természetes kozmetikai anyagok*”.

93. A Netrise Kft. a cikkek megjelenését a VJ/45-29/2020. számú ideiglenes intézkedés folytán törölte.

IV.1.6. Együttműködő véleményvezérek saját közösségi oldalai, influenszer marketing

94. A vizsgált időszakban számos, kisebb-nagyobb követőtáborral rendelkező véleményvezér népszerűsítette a terméket közösségi média felületeken, a Facebookon és/vagy az Instagramon. Tekintettel arra, hogy a véleményvezérek közreműködésével megjelent kereskedelmi

⁷⁴ VJ/45-95/2020. számú adatszolgáltatás

⁷⁵ VJ/45-95/2020. számú adatszolgáltatás 2. sz. melléklet

⁷⁶ VJ/45-95/2020. számú adatszolgáltatás 2. sz. melléklet

⁷⁷ VJ/45-95/2020. számú adatszolgáltatás 4. pont

kommunikációkkal kapcsolatban az eljárás alá vont vállalkozások nem szolgáltatnak teljeskörű információt, így a vizsgálat internetes kutatást végzett ezen tartalmakra vonatkozóan, hogy tisztázzák, az influenzszerek ellenszolgáltatásban részesülnek-e a tartalmak közzétételéért.

95. Az eljárás alá vontakkal bizonyítottan 28 véleményvezér működött együtt, akiknek a nevét, a velük kapcsolatban álló ügynökségek nevét és – amennyiben rendelkezésre áll – a szerződéses együttműködés feltételeit a vizsgálati jelentés 9. számú melléklete tartalmazza.
96. A vizsgált időszakban az együttműködő influenzszerek Instagram és/vagy Facebook oldalán közzétett és elérhető 30 db posztot a vizsgálati jelentés 6. számú melléklete tartalmazza. A posztok mindegyikéről elmondható, hogy azokon minden esetben az adott véleményvezér és a termék is szerepel, vagy a terméket használat közben, vagy éppen a termék használatának eredményét bemutatva. Megállapítható, hogy 30 posztból csak 17 esetben került bármilyen módon feltüntetésre, hogy a tartalom szponzorált.⁷⁸
97. A posztokban rendszeresen előforduló állítások: *#peroxidmentes*, *#fájdalommentes*, *#biztonságos*, *#gyors*.

IV.1.7. E-DM levelek

98. A vizsgálat észlelte, hogy az ideiglenes intézkedésben foglalt tilalom ellenére, 2021. június elejétől újra népszerűsítik a terméket e-DM levelek útján, amelyet a hírlevélre feliratkozott fogyasztóknak küldtek meg. Az első tájékoztató levélben az eljárás alá vontak tájékoztatták a fogyasztókat a versenyfelügyeleti eljárással kapcsolatos véleményükről, álláspontjukról, és arról, hogy a termék ismételten megvásárolható:⁷⁹

⁷⁸ VJ/45-193/2020. számú vizsgálati jelentés 6. számú melléklete

⁷⁹ VJ/45-193/2020. számú vizsgálati jelentés 158. pont



Érdeemes elolvasni! Ezt jobb ha tudod...🤖

1 üzenet

BrightWhite® Hungary <info@brightwhite.hu>
Válaszok: BrightWhite® Hungary <info@brightwhite.hu>
Címzett

2021. június 8. 21:56

Tájékoztató!

Kedves Vásárlók!

A BrightWhite otthoni fogfehérítő újra rendelhető. A mai napon a GVH felé benyújtott kérelemben kértük az eljárás megszüntetést és a magyar domaint valamint a BrightWhiteHungary közösségi oldalainak a felfüggesztésének a megszüntetését. Az egész eljárás jogtalan volt a Hatóságok részéről. Ugyanis, 2020 augusztusban a tiltó határozat kézhezvételét követően azonnal megszüntettük a Sodium Perborate hatóanyagú gél forgalmazását. Ami egy jogszabályváltozás miatt lett időközben tiltott az EU-ban, az elmúlt 8 évben semmi baj nem volt vele.

2020 augusztusától a BrightWhite csak a már engedélyezett és nem tiltott összetevővel a Sodium Percarbonate-val volt elérhető.

A fentiekből adódik, hogy NEM követtünk el jogsértő magatartást, mivel mi 100%-ig együttműködtünk a hatósággal és eleget tettünk a tiltásnak. Az új összetételre pedig új dokumentáció készült. A GVH és az OGYEI, pedig ezzel a helyzettel nem teljesen volt tisztában, amikor megindította a "lejárato kampányát", amire mi természetesen reagálni fogunk a megfelelő jogi csatornákon!

BRIGHTWHITE SHOP

Copyright © 2021 BrightWhite. All rights reserved.
You are receiving this email because you opted in via our website.

Want to change how you receive these emails?
You can [update your preferences](#) or [unsubscribe from this list](#)

99. A tájékoztatót e-DM levelek követték hasonló tartalommal és különböző rendszerességgel. 2021 júniusában 8 db került kiküldésre.⁸⁰

100. Az e-DM levelekben rendszeresen előforduló és releváns állítások: „világújdonság”, „akár 4-6 árnyalattal fehérebb fogak az első 20 perc után”.

V.

A vizsgált magatartással kapcsolatos további releváns információk

V.1. Egyéb releváns információk

V.1.1. Negatív visszajelzések szűrése

101. Annak érdekében, hogy a negatív vásárlói vélemények szűréséről és moderálásáról meggyőződjön a vizsgálat, 2020. december 3-án, valamint 11-én – a vizsgálati jelentés 8. számú mellékletében foglalt képernyőmentések szerint – álnéven negatív kommenteket írtak a www.brightwhite.hu oldalra.⁸¹ A rendszer automatikusan továbbította a kommenteket jóváhagyásra.

102. A vizsgálat által elküldött negatív visszajelzések nem kerültek megjelenítésre az oldalon, ezzel ellentétben a 2020. december 3. és 11. napját követően fogyasztók pozitív véleményei megjelenítésre kerültek az oldalon.

⁸⁰ VJ/45- 131/2020. számú feljegyzés 8 számú melléklet

⁸¹ VJ/45-193/2020. számú vizsgálati jelentés 8. számú melléklet

103. A vizsgálat felkeresett további, a termékről véleményeket közzétevő oldalakat és összevetették a fogyasztói visszajelzések tartalmát a termék saját weboldalán megosztott véleményekkel. Megállapítható, hogy más weboldalakon megosztó vélemények jelennek meg a termékre vonatkozóan, többen a termék használatát követő eredménytelenségről, sőt a használatot követő kellemetlen mellékhatásokról számolnak be:

Forrás	Pozitív visszajelzés	Negatív visszajelzés	Összes visszajelzés	Időszak
BrightWhite weboldal	568	0	568	2016. szeptembertől folyamatosan
Gyakori kérdések.hu ⁸²	3	19	22	2015. június 15. - 2018. február 13.
Hoxa.hu ⁸³	4	1	5	2014. április 28. - 2017. szeptember 5.
Krémmánia.hu ⁸⁴	5	6	11 ⁸⁵	nem ismert – 2020. október 8.

104. Az eljárás alá vontak előadásai szerint valóban alkalmaztak szűrést a komment szekcióban, csak az adminisztrátor jóváhagyásával kerülhettek ki vélemények az oldalra.

V.1.2. A Magyar Fogorvosi Kamara álláspontja

105. A Magyar Fogorvosi Kamara már többször adott ki állásfoglalást⁸⁶ az otthoni fogfehérítő termékek hatásmechanizmusára, biztonságosságára vonatkozóan. A kamara bírálta azokat a hangzatos, de szakmailag megkérdőjelezhető állításokat, amelyek az ilyen típusú termékek hidrogén-peroxid mentességére és természetes jellegére utalnak.

106. Jelen ügyre nézve a releváns és kiemelendő kamarai állásfoglalások, megállapítások a következők:⁸⁷

- „Két dolgot kell tehát kijelentsünk: egyrészt azt, hogy attól, mert egy kémiai ágens neve a hidrogén-peroxidot nem tartalmazza, attól még bomlása során az létrejöhet, és éppoly veszélyes. Másrészt tudomásul kell venni, hogy peroxidmentes fogfehérítés nem létezik, a használatos anyagok mindegyikének bomlási végterméke ez az agresszív oxidáló szer. Sajnálatos, hogy vagy tájékoztatatlanságból, vagy szándékosságból eredően fogyasztók jelentős rétegét tévesztik meg.”
- „az elszínező anyagok eltávolítására használatos szerek semmilyen formája nem neutrális, nem natúrtermék, azok mellékhatása a szervezetre nézve súlyos és életveszélyes lehet. A felszabaduló oxigén nem természetes, nem a levegő oxigénmolekulája, hanem egy szabad vegyértékkel rendelkező reakciókész szabadgyök, ún. szuperoxid molekula. Ilyet orvosi, orvostechnikai cégek soha, semmilyen formában nem állítottak, a gyártó kozmetikai cégeknek

⁸² https://www.gyakorikerdesek.hu/egeszseg_fogak-szajapolas_7027241-erdekelne-hogy-a-bright-white-otthoni-fogfeherites-tenyleg-hasznal (letöltés dátuma: 2020. november 16. 20:00)

⁸³ <https://www.hoxa.hu/bright-white-otthoni-fogfeherites-forum> (letöltés dátuma: 2020. november 16. 19:45)

⁸⁴ <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:8JdpI3LWpMQJ:https://kremania.hu/kremek/egyeb-brightwhite-otthoni-fogfeherito-szett%3Factivesubtab%3D1%26page%3D3+&cd=7&hl=hu&ct=clnk&gl=hu> (letöltés dátuma: 2020. december 2. 16:45)

⁸⁵ A krémmania.hu 50 véleményt tartalmazott a termékről, azonban a termék aktuálisan már nem volt rendelhető webshopból, így ennek következtében valószínűleg a véleményeket is törölték. A statisztika a google search-ben elérhető „tárolt vázlat” alapján megjelenített adatokat, illetve a legutóbbi vélemények szekció adatait tartalmazza.

⁸⁶ Magyar Fogorvos 2013/1. és Magyar Fogorvos 2016/5. lapszámok

⁸⁷ Magyar Fogorvos 2016/5. lapszám 253. oldal

viszont nincs illetékességük ezt kijelenteni. Csupán marketing eszköz, mellyel megtevesztik a fogyasztókat.”

V.2. Megkeresett hatóságok tájékoztatásai

V.2.1. Nemzeti Népegészségügyi Központ tájékoztatásai

V.2.1.1. A 1540619 CPNP azonosítószámú „régi termék” vonatkozásában⁸⁸

107. Az NNK tájékoztatása szerint – mivel kozmetikai termék – a termékhez tartozó dokumentáció szakmai ellenőrzésére az Országos Gyógyszerészeti és Élelmezés-egészségügyi Intézet (a továbbiakban: OGYÉI), magának a terméknek az ellenőrzésére pedig a területileg illetékes népegészségügyi feladatkörben eljáró járási/kerületi hivatal rendelkezik hatáskörrel.
108. Az OGYÉI a 2020. június 24-én kelt, OGYÉI/20621-3/2020. számú szakvéleményében megállapította, hogy:
- 1) Egyrészt a BrightWhite otthoni fogfehérítő rendszer fogfehérítő gél készítmény:
 - összetétele nem felel meg az 1223/2009/EK rendelet 14. cikk (1) a) követelményének, mert a II. mellékletben lévő, tiltott anyagot tartalmaz,
 - 2013. szeptember 2-án készült termékinformációs dokumentációja nem felel meg 1223/2009/EK rendelet 11. cikk 2) bekezdés b) és c) pont előírásainak, mivel jelentős hiányosságai vannak, amelyek a következők:
 - a) hiteles vizsgálati eredmények,
 - b) termék biztonságosságának szabályszerű értékelése, indoklása,
 - c) technológiai leírás.
 - 2) Másrészt a BrightWhite otthoni fogfehérítő rendszer remineralizáló gél készítményének 2013. szeptember 6-án készült termékinformációs dokumentációja nem felel meg 1223/2009/EK rendelet 11. cikk (2) bekezdés b), c), d) pont követelményeinek, mivel abból a következők hiányoznak:
 - a) termék vizsgálati eredményei,
 - b) a szabályszerű értékelés, indoklás,
 - c) továbbá az állítás, vagyis a jelzett célú alkalmasság igazolása.
109. Az OGYÉI szakvéleménye alapján az NNK tiltó határozatot adott ki 31945-3/2020/KTEF iktatószámom 2020. június 30-án, amelyben megtiltotta a termék bármely kereskedelmi formában történő forgalmazását addig, amíg nem kerül bizonyításra a termék jogszabályi előírásoknak megfelelő összetétele – az országos tisztifőorvos által elfogadott módon.
110. Az NNK honlapjának⁸⁹ tanúsága szerint a termék forgalomból kitiltott, forgalmazója és termékfelelőse pedig a SOMNUS Investment.
111. A SOMNUS Investment 2020. július 29-én e-mailben jelezte az NNK felé, hogy a határozatban és a szakvéleményben foglaltakat tudomásul vette és megkezdte az előírt intézkedések teljesítését. Jelezte, hogy a gélét kiváltja egy másik összetételű keverékkel, amelyhez a gyártótól megkapta a dokumentációt, amit meg is küldött az NNK számára. A kiegészítő

⁸⁸ VJ/45-7/2020. számú tájékoztatás

⁸⁹ <https://www.nnk.gov.hu/index.php/kozegeszsegugyi-foosztaly/elelmezes-taplalkozas-gyerme-es-ifjusag-egeszsegugyi-osztaly/hatosagi-ugyintezesek-ugyleirasok/487-forgalombol-kitiltott-termekek-kozmetikai-termekek-forgalmazasanak-megtiltasa> (utolsó letöltés: 2022.03.11.)

dokumentációt az NNK 2020. augusztus 4-én szakvéleményezés céljából az OGYÉI-nek megküldte.

112. A SOMNUS Investment 2020. augusztus 19-én e-mailben jelezte, hogy nincs visszahívandó termék, mivel a tiltott (sodium perborate) összetételű gélt már nem forgalmazza, azt más összetételű géltre cserélte. Majd ezt követően 2020. december 22-én e-mailt küldött az NNK részére, amelyben érdeklődött a termékkivonással kapcsolatban és jelezte, hogy orvosolta a problémát és a szükséges lépéseket megtette.
113. 2020. december 30-án az NNK arról tájékoztatta a SOMNUS Investmentet, hogy OGYÉI szakvéleménye alapján a termék kiegészítő termékinformációs dokumentációja még mindig nem felel meg az 1223/2009/EK rendelet előírásainak. Ezt az OGYÉI azzal indokolta, hogy a kiegészítő dokumentum nem a termékinformációs dokumentáció szerinti tárgyi készítményhez tartozik. Ezért tehát az NNK a 31945-3/2020/KTEF iktatószámú határozatát továbbra is fenntartja addig, amíg a SOMNUS Investment nem tesz eleget a fentiekben kifejtett, jogszabálynak megfelelő igazolási kötelezettségének.
114. A GVH megkeresésére⁹⁰ az NNK azt a tájékoztatást adta, hogy a régi termék továbbra sem forgalmazható, mert a SOMNUS Investment nem nyújtott be javított és a jogszabályi előírásoknak megfelelő termékinformációs dokumentációt.⁹¹
115. A jelen határozat kiadáskor elérhető nyilvános információ⁹² szerint a termék továbbra sem forgalmazható.

V.2.1.2. A 3616562 CPNP azonosítószámú „új termék” vonatkozásában⁹³

116. A SOMNUS Investment új terméket regisztrált a CPNP rendszerben 3616562 számon „BrightWhite 2021 otthoni fogfehérítő rendszer (fogfehérítő gél, remineralizáló gél)” elnevezéssel.
117. Az OGYÉI megállapította, hogy az ezen termékhez tartozó dokumentáció sem felel meg a jogszabályoknak, így az NNK 33073-2/2021/KTEF számú, 2021. június 3-án született határozatával megtiltotta az új termék forgalomba hozatalát és forgalmazását minden kereskedelmi formában. Felülvizsgálati kérelmet nem nyújtott be a termékfelelős SOMNUS Investment. A határozat az NNK tájékoztatása⁹⁴ szerint 2021. június 15. napján véglegessé vált.
118. A SOMNUS Investment 2021. július 6-án úgy nyilatkozott, hogy a terméket sem korábban, sem aktuálisan nem forgalmazta, így visszavonásra nincs is lehetősége. Előadta továbbá, hogy 2021. június 2. napjával, mint termékfelelős személy teljeskörűen visszavonta az összes megbízását a CPNP portálon.⁹⁵
119. A jelen határozat kiadáskor elérhető nyilvános információ⁹⁶ szerint a termék továbbra sem forgalmazható.

⁹⁰ VJ/45-89/2020. számú végzés

⁹¹ VJ/45-94/2020. számú tájékoztatás

⁹² <https://www.nnk.gov.hu/index.php/kozegeszssegugyi-foosztaly/elemekzes-taplalkozas-gyerme-es-ifjusag-egeszsegugyi-osztaly/hatosagi-ugyintezesek-ugyleirasok/487-forgalombol-kitiltott-termek-kozmetikai-termek-forgalmazasanak-megtiltasa> (utolsó letöltés: 2021.12.13.)

⁹³ VJ/45-94/2020. és VJ/45-123/2020. számú tájékoztatások

⁹⁴ VJ/45-123/2020. iktatószámú adatszolgáltatás

⁹⁵ VJ/45-123/2020. számú tájékoztatás

⁹⁶ <https://www.nnk.gov.hu/index.php/kozegeszssegugyi-foosztaly/elemekzes-taplalkozas-gyerme-es-ifjusag-egeszsegugyi-osztaly/hatosagi-ugyintezesek-ugyleirasok/487-forgalombol-kitiltott-termek-kozmetikai-termek-forgalmazasanak-megtiltasa> (utolsó letöltés: 2022.03.11.)

V.2.2. Az Országos Gyógyszerészeti és Élelmezés-egészségügyi Intézet tájékoztatása a „harmadik termék” vonatkozásában⁹⁷

120. A vizsgálat 3711842 CPNP regisztrációs számmal egy harmadik kozmetikai termék regisztrációját is észlelte. A GVH megkeresésére⁹⁸ az OGYÉI úgy tájékoztatott, hogy a megadott számmal a CPNP rendszerben egy „Brightwhite Wireless Teeth Whitening Device” elnevezésű termék került regisztrálásra. A harmadik termék forgalmazója nincs regisztrálva, csak az Online Trading Solutions termékfelelősként.
121. A VJ/45-199/2020. számú, 2021. december 7-én érkezett nyilatkozatban az Online Trading Solutionst képviselő ügyvéd előadta, hogy a szintén általa képviselt Whitening Solutions eljárás alá vont vállalkozás a BrightWhite Wireless Teeth Whitening Device otthoni fogfehérítő szett termékinformációs dokumentációjának szakkérdéseire vonatkozó szakmai vélemény elkészítését kérte az OGYÉI-től. A vállalkozás az OGYÉI árajánlatát 2021. december 3-án elfogadta, így a szakmai vélemény elkészítése folyamatban van, azt annak elkészülte után benyújtja a GVH-hoz. Az eljárás alá vontak által csatolt szakvélemény egyes megállapításai és a vonatkozó eljárás alá vonti megjegyzések a VI.3. és VI.4. pontokban találhatók.

V.3. Egyes véleményvezérek és ügynökségek adatszolgáltatásai, nyilatkozatai

122. A GVH a terméket a közösségi média felületeken népszerűsítő influenszereket és ügynökségeket keresett meg abból a célból, hogy szolgáltatassanak adatot, információt az influenszer és az ügynökség közötti esetleges szerződéses kapcsolat részleteiről, esetleges ellenszolgáltatásról, a termék népszerűsítésére irányuló poszt kialakításának és közzétételének körülményeiről. A következő véleményvezérek és ügynökségek kerültek megkeresésre, zárójelben feltüntetve az ügynökség érdekeltségébe tartozó, az eljárás alá vontakkal együttműködő influenszert:

- B&B Media Group Kft. (B.R. és B.K.),
- TMC MANAGEMENT Kft. (L.C.),
- SocialGuru Magyarország Kft. (T.R.),
- Book A Star Agency Kft. (Sz.A.),
- Nakama&Partners Kft. (R.R., D-B.H., P.A.).

V.3.1. B&B Media Group Kft. nyilatkozatai

123. A B&B Media Group Kft. képviseletében B.R. a megkeresésben⁹⁹ feltett kérdéseknek csak a felére tért ki, a többire nem adott érdemi választ.¹⁰⁰ Úgy nyilatkozott, hogy B.K. influenszer a terméket népszerűsítő posztokért nem részesült ellenszolgáltatásban, a Whitening Solutions egyik képviselőjétől közvetlenül telefonon kapott információt a termék tulajdonságaira vonatkozóan és ilyen formában kapott utasítást a megjelenést illetően is.

V.3.2. TMC MANAGEMENT Kft. nyilatkozatai¹⁰¹

124. A TMC MANAGEMENT Kft. (a továbbiakban: TMC) 2018. április 6-án a SOMNUS Investmenttel megbízási szerződést kötött, amely szerződést, illetve az azt megelőző

⁹⁷ VJ/45-144/2020. számú tájékoztatás

⁹⁸ VJ/45-134/2020. számú végzés

⁹⁹ VJ/45-98/2020. számú végzés

¹⁰⁰ VJ/45-112/2020. számú adatszolgáltatás

¹⁰¹ VJ/45-113/2020. számú adatszolgáltatás

(megkötésének előkészítését támogató és a megbízás teljesítésére vonatkozó, instrukciókat tartalmazó) levelezést is csatolta.

125. A megbízási szerződés értelmében a SOMNUS Investment megbízta TMC-t (mint személyi képvisellel is foglalkozó gazdasági társaságot), hogy a BrightWhite számára termék megjelenítés elkészítésével kapcsolatos tevékenységet végezzen az általa kijelölt közreműködő influenszerek (Á.A., L.C., V.A. és R.É.) keresztül.¹⁰² A megbízás 2018. április 12-től 2018. május 18-ig, a SOMNUS Investmenttel egyeztetett időpontban, egy-egy poszt nyilvános közzétételére szóló véleményvezérek saját, hivatalos Facebook/Instagram oldalain, amelyek elkészítéséről és kreatívjáról ők maguk gondoskodnak. A posztban meg kellett jelölniük a BrightWhite Facebook/Instagram oldalát, illetve a poszt alatti szövegben fel kellett tüntetniük a www.brightwhite.hu weboldalt is. A tartalmat a publikálás követő naptól a SOMNUS Investment jogosult volt egy hónapig közzétenni saját közösségi média felületein.¹⁰³ A szerződésből kitűnik, hogy a véleményvezérek pénzbeli ellenszolgáltatásban is részesültek. Az adatszolgáltatáshoz csatolt levelezésekből látható, hogy a SOMNUS Investment az elkészített képeket marketing céllal, hirdetésekhez is fel kívánta használni.

126. A TMC úgy nyilatkozott, a véleményvezérek közül L.C. kapott iránymutatást egy link formájában a terméket forgalmazó cégtől. A csatolt, szerződéskötést megelőző és előkészítő levelezést a SOMNUS Investment marketingese és a TMC egy munkatársa folytatta e-mailen keresztül. A megbízási szerződés keletkezésének napján, 2018. április 6-án a SOMNUS Investment olyan e-mailt küldött a TMC-nek, amelyben a poszt tartalmának kialakítására és a publikálásra vonatkozó utasításokat fogalmaz meg. Többek között utasításba foglalták azt is, hogy az influenszerek úgy tüntessék fel e terméket, hogy a fogyasztó ne gondolja azt, hogy a terméket akkor kezdték használni, hanem mindenképpen pozitív véleményt írjanak róla. Továbbá azt is meghatározták, hogy mely kulcsszavak szerepeljenek a kép alatt hashtaggel behivatkozva. Ezen kulcsszavak között nem szerepel arra vonatkozó utalás vagy utasítás, hogy a tartalom szponzorált jellege is kerüljön feltüntetése. Az alábbi utasítások emelendők ki az egyeztetésből:

- *Instáról osztják meg a Facebook posztot is... Azt kellene majd csinálni, hogy Facebookon újra írni a posztban a @brightwhitehungary -t és akkor már kattintható lesz.”*
- *Kellene még, hogy ne tűnjön úgy mintha akkor kezdenék használni, hanem pozitív véleményt írjanak róla (ha kipróbálják addig, akkor pozitív lesz) A poszt szövegében mindenképp legyenek benne az alábbi pontok:*
 - *Csütörtöktől vasárnapig 20% kedvezménnyel tudják megrendelni a terméket*
 - *www.brightwhite.hu*
 - *#fogfeherites*
 - *#otthonifogfeherites*
 - *#brightwhitehungary”*

V.3.3. Social Guru Magyarország Kft. nyilatkozatai

127. A GVH a Social Guru Magyarország Kft.-t (a továbbiakban: Social Guru) a vele kapcsolatban álló T.R. véleményvezér miatt kereste meg.¹⁰⁴ A Social Guru előadta, hogy ügynökségként nem vett részt a BrightWhite rendszerre vonatkozó reklámozásban, így nincs információja arról, hogy T.R. és a BrightWhite között milyen erre irányuló megállapodás jött létre. Korábban T.R. nem

¹⁰² VJ/45-113/2020. számú adatszolgáltatáshoz csatolt megbízási szerződés I.1. pont

¹⁰³ VJ/45-113/2020. számú adatszolgáltatáshoz csatolt megbízási szerződés II.1. pont

¹⁰⁴ VJ/45-100/2020. számú végzés

magánszemélyként, hanem a BNF Events Holding Kft. közreműködésével szerződött a Social Guruval.

V.3.4. Book A Star Agency Kft. nyilatkozatai

128. A Book A Star Agency Kft.-t (a továbbiakban: Book A Star) a vele kapcsolatban álló Sz.A. véleményvezér miatt kereste meg a GVH.¹⁰⁵ A Book a Star az adatszolgáltatásra felhívó végzésnek részben eleget téve megküldte az Online Trading Solutions vállalkozással közöttük létrejött megbízási szerződést és a promóciós tevékenység ellenszolgáltatásáért kiállított számlát.¹⁰⁶
129. A 2020. október 22-én kelt szerződés értelmében az Online Trading Solutions megbízta a Book A Star-t (mint személyi képvisellel is foglalkozó gazdasági társaságot), hogy a BrightWhite számára termék megjelenítés elkészítésével kapcsolatos tevékenységet végezzen az általa kijelölt közreműködő influenszeren (SZ.A.) keresztül. A megbízási szerződés tartalmában majdnem teljesen megegyezik a korábbiakban ismertetett, a SOMNUS Investment és a TMC között megkötésre került szerződéssel. Eltérés a teljesítésre vonatkozó időintervallumra vonatkozóan (2020. november 12. és 30. között) és abban a tekintetben van, hogy az Online Trading Solutions az elkészített képet korlátozás nélkül felhasználhatja.

V.3.5. Nakama&Partners Kft. nyilatkozatai

130. A Nakama&Partners Kft. (a továbbiakban: Nakama) D-B.H. véleményvezér miatt került megkeresésre.¹⁰⁷ A Nakama előadta,¹⁰⁸ hogy az eljárás alá vont vállalkozások közül a SOMNUS Investmenttel állt csak üzleti kapcsolatban a 2016-os üzleti évtől kezdődően, a másik két vállalkozásra vonatkozóan nincsen információja. A Nakamánál azóta több személyi változás következett be, az akkori kapcsolattartó már nem áll a társaság alkalmazásában, a Nakama megkeresésére pedig nem válaszolt.
131. A Nakama úgy nyilatkozott,¹⁰⁹ hogy kimutatása alapján a BrightWhite rendszer népszerűsítése céljából B-D.H., P.A., C.D., K.T., és K.R. influenszerekkel vagy őket képviselő cégekkel állt szerződéses jogviszonyban. A rendelkezésre álló megbízási szerződéseket és a közösségi médiában való megjelenéseket csatolta. A véleményvezérek a terméket népszerűsítő tartalmakat Instagramon és/vagy Facebookon tették közzé, és ezért eltérő mértékű pénzbeli ellenszolgáltatásban is részesültek.

V.3.6. Egyes megkeresett véleményvezérek nyilatkozatai

132. A vizsgálat megkereste¹¹⁰ R.R.-t a termék népszerűsítésére irányuló posztjaival kapcsolatban. A véleményvezér nyilatkozata a vizsgálati jelentésben részletesen kifejtésre került.¹¹¹
133. B-D.H. a termék népszerűsítésére irányuló Facebook posztjával kapcsolatban¹¹² előadta,¹¹³ hogy az a Nakamával szóban, írásban és ráutaló magatartással kötött szerződéses együttműködés alapján jött létre a BrightWhite megbízásából, amiért pénzbeli ellenszolgáltatásban részesült. A 2016. szeptember 4-én kelt megbízási szerződést és a kiállított számlát csatolta. A tartalom

¹⁰⁵ VJ/45-99/2020. és VJ/45-170/2020. számú végzések

¹⁰⁶ VJ/45-172/2020. számú adatszolgáltatás

¹⁰⁷ VJ/45-126/2020. számú végzés

¹⁰⁸ VJ/45-147/2020. számú adatszolgáltatás

¹⁰⁹ VJ/45-147/2020. számú adatszolgáltatás 3. számú melléklet

¹¹⁰ VJ/45-105/2020. számú adatkérő végzés

¹¹¹ VJ/45-193/2020. számú vizsgálati jelentés 262-266. pontok

¹¹² VJ/45-103/2020. számú adatkérő végzés

¹¹³ VJ/45-116/2020. számú adatszolgáltatás

kialakításával kapcsolatban előadta, hogy elképzelhetőnek tartja, hogy a termékről kapott részletes iránymutatást, termékleírást, azonban ezt alátámasztó dokumentációt nem tud csatolni.

134. A vizsgálat megkereste¹¹⁴ P.A.-t is a termék népszerűsítésére irányuló posztjaival kapcsolatban, aki előadta,¹¹⁵ hogy az Online Trading Solutions vállalkozással a 2020. december 15-én kötött megbízási szerződés alapján állt kapcsolatban. A BrightWhite Teeth Whitening eljárás alá vont vállalkozással, mint megbízóval az általa vezetett „MidNightHot” Művészeti Szolgáltató és Kereskedelmi Kft. 2018. október 1-jén és 2019. február 27-én kötött szerződést, amelyeket adatszolgáltatásához csatolt is. A szerződések tartalma nagyrészt megegyezett a korábban bemutatásra került, más véleményvezérekkel vagy ügynökségekkel kötött megbízási szerződések szövegével. A tartalom elkészítéséről és kreatívjáról megbízott gondoskodott, a poszt szövegébe belefoglalva a www.brightwhite.hu weboldalt. A szerződésekben rögzítették, hogy a képet nem távolíthatja el a közösségi média platformokról, illetve a képet a megbízó korlátozás nélkül felhasználhatja. A megbízásért alkalmanként eltérő mértékű pénzbeli ellenszolgáltatásban részesült.
135. Kiemelendő, hogy a 2018. október 1-jén és 2019. február 27-én kötött szerződések értelmében a megbízó, a BrightWhite Teeth Whitening „*többek között a BrightWhite termékek kizárólagos forgalmazásával is foglalkozó gazdasági társaság*” és a szerződések nevesítették a BrightwhiteHungary Instagram és Facebook oldalát (@brightwhitehungary), valamint a www.brightwhite.hu weboldalt is. A 2020. évi szerződés szerint a megbízó az Online Trading Solutions, a nevesített közösségi média felület az előzőekkel azonos.
136. Úgy nyilatkozott, hogy a posztok tartalmára vonatkozóan (tematika, aktuális vásárlási akciók) kapott instrukciókat a megbízótól, a termék tulajdonságaira vonatkozó megnyilvánulásai azonban saját, személyes tapasztalatain alapultak. A termékkel folyamatosan és maximálisan elégedett, mai napig használja. Előadta, hogy az Online Trading Solutionstól egyik alkalommal sem kapott tájékoztatást a jogilag helytálló posztolási magatartástól, azokra vonatkozóan internetes kutatások útján tájékozódott, és azok hatására a vizsgált posztoknál javításokat eszközölt a reklámtartalmakra történő felhívás hangsúlyozásával.

V.3.7. Facebook Ireland Ltd.

137. A vizsgálat megkereste¹¹⁶ a Facebook Ireland Ltd.-t a Facebook (www.facebook.com/BrightWhiteHungary/) és Instagram (www.instagram.com/brightwhitehungary/) oldalakon megjelenített tartalmakkal és a két platformon megjelent hirdetésekkel kapcsolatban.
138. A Facebook Ireland Ltd. csatolta¹¹⁷ [ÜZLETI TITOK], majd csatolta a Facebookon és az Instagramon közzétett hirdetések költségét éves összesítésben is.¹¹⁸

VI.

Az eljárás alá vontak álláspontja

139. Az eljárás alá vontak vizsgálati szakban tett álláspontját, nyilatkozatait a vizsgálati jelentés VI.1., VI.2. és VI.3. pontjai tartalmazzák részletesebben, az eljáró versenytanács a következőkben a lényegi pontokat ismerteti, azzal, hogy az eljáró versenytanács a Whitening Solutions és a SOMNUS Investment álláspontját, nyilatkozatait nem kívánja külön-külön is ismertetni,

¹¹⁴ VJ/45-104/2020. számú adatkérő végzés

¹¹⁵ VJ/45-127/2020. számú adatszolgáltatás

¹¹⁶ VJ/45-91/2020. számú adatkérő végzés

¹¹⁷ VJ/45-148/2020. számú adatszolgáltatás

¹¹⁸ VJ/45-166/2020. számú adatszolgáltatás

tekintettel arra, hogy a két eljárás alá vont vállalkozás képviselőjében Bildhauer Nóra – mindkét vállalkozás vezető tisztségviselőjeként – egymással szó szerint (tartalmában és formájában is) megegyező nyilatkozatokat nyújtott be.¹¹⁹

VI.1. A Whitening Solutions és a SOMNUS Investment nyilatkozatai¹²⁰

VI.1.1. A Whitening Solutions és a SOMNUS Investment nyilatkozata az Fttv. mellékletének 9. pontja szerinti tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat megvalósításával kapcsolatban

140. Előadták, hogy 2020. december 22-én a GVH-tól tudták meg, hogy a BrightWhite fogfehérítő rendszer még mindig tiltás alatt áll, ezért 2020. december 22-én tájékoztatási kérelemmel fordultak az OGYÉI-hez annak érdekében, hogy miért van még mindig kivonva a forgalomból a termék.
141. A tiltást követően azonnal lecserélték a 2020. június 30-án betiltott összetevőjű gélt, amiről nyilatkozatot is küldtek az OGYÉI-nek, így véleményük szerint ekkor is 100%-os együttműködést tanúsítottak, hiszen azonnali hatállyal eleget tettek a döntésnek és nem forgalmazták tovább a korábbi összetevőjű gélt. A nyilatkozat megtételének napjáig nem érkezett reakció az OGYÉI-től, ezért hitték azt, hogy minden rendben van a termékkel. Az új fehérítő gélnek a javított dokumentációja a nyilatkozat megtételének az idején készítés alatt állt, amit a Whitening Solutions és a SOMNUS Investment 15 napon belül kívánt benyújtani az OGYÉI-nek és a GVH-nak. A javított dokumentáció jóváhagyását a SOMNUS Investment végzi el, hiszen a SOMNUS Investment kapta a tiltást.
142. Előadták továbbá, hogy a termék forgalmazását 2013-ban teljesen jogszerűen kezdték meg, az jogszerűen volt forgalomban, 2013. óta egészen 2020. június 30. napjáig semmi probléma nem volt a termékkel, többszöri hatósági ellenőrzés után sem. A Whitening Solutions kínált elsőnek ilyen jellegű terméket a piacon otthoni fogfehérítésre. A forgalmazás megkezdése előtt megcsináltatta a CPNP regisztrációt is, amiben benne szerepel, hogy a termék megfelel a 1223/2009/EK rendeletnek. Nyilatkozatukhoz csatolták a termék CPNP regisztrációs és a termék információs dokumentációt.
143. AZ OGYÉI csak a Whitening Solutions és a SOMNUS Investment kérelme benyújtását követően reagált.¹²¹

VI.1.2. A Whitening Solutions és a SOMNUS Investment nyilatkozata az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontjának ba), bj), bg) alpontjai szerinti tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat megvalósításával kapcsolatban¹²²

144. A „*Teljesen természetes – hatóanyaga teljesen természetes anyagokat tartalmaz*” állításokkal kapcsolatban előadták, hogy a termék nem tartalmaz veszélyes anyagokat, amik károsak lennének a fogakra és az egészségre.
145. A „*Peroxidmentes- biztonságos és a fogakat sem roncsolja*” állításokkal kapcsolatban előadták, hogy a termék nem tartalmaz aktív formában peroxidot, ezért nem roncsolja a fogakat és használata biztonságos, mert az ínyt sem roncsolja.
146. Az „*Extrém gyors – 4-6 árnyalattal fehérebb fogak már az első 20 perc után*” állítással kapcsolatban előadták, hogy ezt ebben a formában nem alkalmazták, az állítás ezen formáját már az új forgalmazó írja. Az új összetevőt már az új brand átvevő, az Online Trading Solutions forgalmazza és egyben a weboldal szövegének tartalmát is szerkeszti.

¹¹⁹ VJ/45-34/2020 és VJ/45-35/2020. számú adatszolgáltatások

¹²⁰ VJ/45-34/2020 és VJ/45-35/2020. számú adatszolgáltatások

¹²¹ VJ/45-35/2020. és VJ/45-34/2020. számú adatszolgáltatás 15. pont

¹²² VJ/45-35/2020. és VJ/45-34/2020. számú adatszolgáltatások 8. pont

147. A „BPA free” állítással kapcsolatban nem nyilatkoztak, azonban a beadványukhoz csatoltak egy „Test report” elnevezésű, angol nyelvű dokumentumot.

148. A „BrightWhite Európa 1. peroxidmentes otthoni fogfehérítő rendszere!” állítással kapcsolatban előadták, hogy 2013-ban alapos piackutatás után megállapították, hogy nincs ilyen jellegű és ilyen módon értékesített LED lámpás peroxidmentes otthoni fogfehérítő szett.

VI.1.3. A Whitening Solutions és a SOMNUS Investment nyilatkozata az Fttv. 6. § (1) bekezdés h) pontja szerinti tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat megvalósításával kapcsolatban

149. A feltüntetett „EU-Compliant” és „ADA” jelzésekkel kapcsolatban úgy nyilatkoztak, hogy mivel egy EU-s szabályoknak megfelelő és CPNP regisztrációval rendelkező gélről van szó, az EU-Compliant jelzést letöltötték a gyártó oldaláról. A termék gyártója pedig az ADA partnere, ezért használták ezt a logót.¹²³

VI.1.4. A Whitening Solutions és a SOMNUS Investment nyilatkozata az Fttv. mellékletének 11. pontja szerinti tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat megvalósításával kapcsolatban

150. Előadták, hogy influenszerekkel is együttműködtek a termék népszerűsítése érdekében. 15 megbízási szerződést nyújtottak be a GVH számára, amelyekből kitűnik, hogy egyes véleményvezérek részesültek megbízási díjban, mások a terméket kapták meg az együttműködés ellenszolgáltatásaként.¹²⁴

151. Az eljárás alá vont vállalkozások jóval több influenszerrel működhetek együtt – tekintettel a véleményvezérek közösségi oldalain megjelenő posztokra, valamint a Facebook és Instagram hirdetésekre – azonban ezekre vonatkozóan további megbízási szerződéseket nem csatoltak.¹²⁵

VI.1.5. A Whitening Solutions és a SOMNUS Investment nyilatkozata az Fttv. 3. § (2) bekezdése szerinti tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat megvalósításával kapcsolatban

152. Az eljárás alá vontak úgy nyilatkoztak, hogy admin szűrést alkalmaznak a weboldalon megjelenő fogyasztói véleményekre vonatkozóan, csak akkor kerülhetnek közzétételre a vélemények, ha előzetesen az admin jóváhagyta azokat. Ennek indokául előadták, hogy korábban rengeteg volt a negatív, trágár és hamis vélemény. Úgy gondolják, sok vélemény a konkurenciától származott, mivel a konkurencia megjelenésével azonos időben kezdődtek. A versenytársak a BrightWhite márkát másolták le, az egyik versenytárs 100%-ig megtévesztő módon: ez mind negatív reklámot jelentett a BrightWhite számára.¹²⁶

VI.2. Az Online Trading Solutions nyilatkozata¹²⁷

153. Az eljárás alá vont előadta, hogy a BrightWhite márkát a SOMNUS Investment vállalkozástól vásárolta meg 2020. október 1-jén. A terméket kizárólag online értékesíti, kommunikációs eszközként a közösségi médiát nevezte meg és nem működik együtt ügynökségekkel.¹²⁸ Úgy nyilatkozott, hogy a Whitening Solutions vállalkozással nem állt kapcsolatban.¹²⁹

154. Előadta, hogy a BrightWhite rendszer magyarországi forgalmazásáról és az alkalmazott kommunikációs eszközökről nem tud érdemben nyilatkozni, mert csak 2020. október 1-jén vette

¹²³ VJ/45-35/2020. és VJ/45-34/2020. számú adatszolgáltatások 9. pont

¹²⁴ VJ/45-35/2020. és VJ/45-34/2020. számú adatszolgáltatások mellékletei

¹²⁵ VJ/45-193/2020. számú vizsgálati jelentés 178. és 192. pontok

¹²⁶ VJ/45-35/2020. és VJ/45-34/2020. számú adatszolgáltatások 11. pont

¹²⁷ VJ/45-50/2020. számú adatszolgáltatás

¹²⁸ VJ/45-50/2020. számú adatszolgáltatás 3., 5. és 12. pontok

¹²⁹ VJ/45-50/2020. számú adatszolgáltatás 1. pont

át a márkát, azóta foglalkozik a termékkel.¹³⁰ A termék Facebook és Instagram oldalát is csak azóta kezeli.¹³¹

155. 2021 februárjában az Online Trading Solutions azt nyilatkozta, hogy készül a termék használati- és magyarországi jogszerű forgalmazást igazoló dokumentációja, CPNP regisztráció már megtörtént, továbbá február végéig benyújt minden dokumentációt a CPNP portálra.¹³²

VI.2.1. Az Online Trading Solutions nyilatkozata az Fttv. mellékletének 9. pontja szerinti tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat megvalósításával kapcsolatban

156. Az eljárás alá vont előadta, hogy úgy tudja, az előző forgalmazó lecserélte a tiltott gél-összetevőt. Az Online Trading Solutions megújította a BrightWhite márkát, nem az a termék áll tiltás alatt, amelyet ő forgalmaz. Információja szerint nem tiltott összetevő a sodium percarbonate és megfelel az 1223/2009/EK rendeletnek, nem világos számára, hogy miért lett tiltva a weboldal és a közösségi média oldala.¹³³

VI.2.2. Az Online Trading Solutions nyilatkozata az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontjának ba), bj), bg) alpontjai szerinti tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat megvalósításával kapcsolatban

157. A „teljesen természetes - hatóanyaga teljesen természetes anyagokat tartalmaz” állítást arra alapozza, hogy a termékben nincs egészségkárosító anyag.
158. A „Peroxidmentes- biztonságos és a fogakat sem roncsolja” állítással kapcsolatban előadta, hogy a termék nem tartalmaz hidrogén peroxidot, nem okoz fogérzékenységet.
159. Az „Extrém gyors – 4-6 árnyalattal fehérebb fogak már az első 20 perc után” állításra vonatkozóan előadta, hogy a gyártónak köszönhetően a piacon ez a legerősebb fehéritő gél, aminek a hatását az új generációs 32 LED izzós lámpa még hatékonyabbá teszi. Az Online Trading Solutions ezt az állítást a saját ismereteire és piackutatására alapozza.
160. A „BPA free” állítás igazolására csatolta a gyártói BPA mentesség igazolást.
161. A „BrightWhite Európa 1. peroxidmentes otthoni fogfehérítő rendszere!” állításról azt nyilatkozta, hogy az még előző forgalmazótól származik.¹³⁴

VI.2.3. Az Online Trading Solutions nyilatkozata az Fttv. 6. § (1) bekezdés h) pontja szerinti tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat megvalósításával kapcsolatban

162. Az eljárás alá vont az „EU-Compliant” és „Acceptable American Dental Association” (ADA) jelzések feltüntetésével kapcsolatban úgy nyilatkozott, hogy azok az előző forgalmazótól származnak, tudomása szerint az általa forgalmazott gél megfelel az EU-s szabályoknak.¹³⁵

VI.2.4. Az Online Trading Solutions nyilatkozata az Fttv. mellékletének 11. pontja szerinti tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat megvalósításával kapcsolatban

163. Az eljárás alá vont előadta, hogy igénybe vette influenszerek segítségét, azonban az elkövetkezendőkben ezt igyekszik minimalizálni és más marketing gyakorlattal szeretné népszerűsíteni a terméket.¹³⁶

¹³⁰ VJ/45-50/2020. számú adatszolgáltatás 2. pont

¹³¹ VJ/45-50/2020. számú adatszolgáltatás 13. pont

¹³² VJ/45-50/2020. számú adatszolgáltatás 6. pont

¹³³ VJ/45-50/2020. számú adatszolgáltatás 15. pont

¹³⁴ VJ/45-50/2020. számú adatszolgáltatás 8. pont

¹³⁵ VJ/45-50/2020. számú adatszolgáltatás 9. pont

¹³⁶ VJ/45-50/2020. számú adatszolgáltatás 14. pont

VI.2.5. Az Online Trading Solutions nyilatkozata az Fttv. 3. § (2) bekezdése szerinti tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat megvalósításával kapcsolatban

164. A vállalkozás úgy nyilatkozott, hogy a www.brightwhite.hu weboldalt 2020. október 1. óta üzemelteti, az oldalon megjelenő vélemények moderálására admin általi szűrést alkalmaz. Nem rendelkezik a szűrésre vonatkozó szabállyal, de készít egyet, ha szükséges.¹³⁷

VI.3. Az eljárás alá vontak előzetes álláspontra tett nyilatkozatai

165. Az eljáró versenytanács 2021. december 20-án megküldött VJ/45-202/2020. számú előzetes álláspontjára a VJ/45-207/2020. számú iratban három eljárás alá vont közösen tette meg nyilatkozatát, a BrightWhite Teeth Whitening s.r.o. nem tett észrevételt.

166. Az eljárás alá vontak beadványának 1. számú melléklete egy 2020. augusztus 19-i nyilatkozat („Alulírott SOMNUS Investment Kft. kijelentjük, hogy nincs mit visszahívunk, mivel a Sodium Perborate összetételű gélt már nem forgalmazzuk. Az előzőekben csatolt géltre cseréltük.”) az NNK felé. A 2. számú melléklet szintén a SOMNUS Investmenttől származó, 2021. július 7-i nyilatkozat, miszerint „nincs mit visszahívni, mivel cégünk nem forgalmazza és nem is forgalmazta a BrightWhite 2021 otthoni fogfehérítő rendszer ... néven regisztrált terméket. Továbbá tájékoztatjuk a hatóságot, hogy cégünk 2021. július 2-től teljes körűen visszavonta SOMNUS Investment Kft. CPNP portálon az összes megbízását, mint felelős személy.”

167. A 3. számú melléklet az OGYÉI/970-2/2022. számú, 2022. január 21-i szakvélemény a BrightWhite Wireless Teeth Whitening Device otthoni fogfehérítő szett kapcsán. A szakvélemény tartalma a következő:

„Fogfehérítő gél

Hiányosságnak értékeltük a hivatkozott, Cosmeservice, spanyol stabilitás vizsgálati jegyzőkönyvet, a gyártó mikrobiológiai vizsgálati eredményét, továbbá a csomagolóanyag gyártó nyilatkozatát és az Eurofins által végzett hatásvizsgálatról beszámoló jelentést.

A J.S. Hamilton teszt riport beszámol a fogfehérítő gél jól tolerálhatóságáról és átlagosan 34% fehéritő hatásáról.

Javítandó pontatlanság a 28/39. oldalon a „nátrium-perborát tartalmú” szövegrész.

Javasoljuk a vonatkozó rendelet 11. cikk (2) pontjában előírt szerkezetben a TID összeállítását, mert a biztonsági jelentés annak csak az egyik fejezete.

Remineralizáló gél

Nem része a TID-nek a gyártó technológiai leírása, a jelzett nyilatkozat a csomagoló anyag gyártójától. Pontatlan szöveg van a 12/27. oldalon a „10. szabály” címszónál, valamint a 7/36. oldalon az expozíciós számítás szövegrészeiben.

Belső használati utasítás

A termék „biztonságosan és fájdalommentesen” ígért hatékonysága sérti a 655/2013/EU rendelet mell. I.3. közös feltételét.

A termék bizonyított hatásán túlmutat az idézett állítás, így nem tesz eleget az előző rendelet mell. 3.1. feltételének „hófehér mosolyod”, „vakítóan hófehér mosolyod”.

Hiányosságnak ítéljük meg, hogy nincs a dokumentációban a fogak mikrokeményiségének növelését igazoló, hivatkozott dokumentum.

A BrightWhite Wireless Teeth Whitening Device otthoni fogfehérítő szett termékinformációs dokumentációjának a 1223/2009/EK rendelet 11. cikk (2) pont követelményeinek való megfeleltetéséhez szükségesnek tartjuk maradéktalan kiegészítését a részletesen jelzett hiányzó dokumentumokkal.

¹³⁷ VJ/45-50/2020. számú adatszolgáltatás 10. és 11. pontok

A belső tájékoztató módosítása indokolt az idézett szövegek tekintetében jogszerűségéhez.”

168. Az eljárás alá vontak észrevételének 4., 5. és 6. mellékletei az OGYÉI/20621-3/2020. számú szakvélemény és az NNK azt követő 2020. június 30-i tiltó határozata, valamint az OGYÉI/33-6/2021. és az OGYÉI/20621-6-2021. számú szakvélemények.

169. Az eljárás alá vontak a következőket adták elő az egyes sérelmezett magatartások kapcsán.

Az Fttv. melléklete 9. pontjának sérelme

170. A 1540619 CPNP regisztrációs azonosító számon bejelentett „Brightwhite otthoni fogfehérítő rendszer” elnevezésű kozmetikai termék forgalmazását a SOMNUS Investment az OGYÉI/20621-3/2020. számú szakvélemény kézhezvételét követően azonnal, 2020. július 29. napjával megszüntette. A 1540619 CPNP regisztrációs azonosító számon bejelentett termék forgalmazásának megszüntetése a CPNP rendszerben is bejegyezésre került. A 1540619 CPNP regisztrációs azonosító számú termék tényleges forgalmazása is megszüntetésre került, a termék visszahívása az NNK 31945-3/2020/KTEF számú határozatának megfelelően megtörtént, erről a SOMNUS Investment 2020. augusztus 19. napján kelt nyilatkozatával az NNK-t értesítette.

171. Az NNK 330732-2/2021/KTEF számú, 2021. június 3-án kelt határozatában megtiltotta a 3616562 CPNP regisztrációs számú BrightWhite 2021. otthoni fogfehérítő rendszer forgalmazását és elrendelte annak visszahívását az OGYÉI/33-6/2021. szakvélemény alapján. A 3616562 CPNP regisztrációs azonosító számú termék tényleges forgalmazása is megszüntetésre került, a termék visszahívása az NNK 330732-2/2021/KTEF számú határozatának megfelelően megtörtént, erről a SOMNUS Investment 2021. július 7-én az NNK-t értesítette, ezen nyilatkozat szerint is a termék forgalmazása megszűnt. A 3616562 CPNP regisztrációs azonosító számú termék tekintetében az OGYÉI/20621-6-2021. számú szakvélemény megállapította, hogy olyan anyagot tartalmaz, amely az 1223/2009/EK rendelet 14. cikk (1) bekezdés b) pontja szerinti, valamint III. melléklet 12. sorszáma alapján, az ott foglalt korlátozásokkal forgalmazható, a nátrium karbonát peroxid kötött formában tartalmaz hidrogén-peroxidot. Ennek ellenére a vállalatcsoport a termék forgalmazását megszüntette, a terméket visszahívta, ezzel az eljárás alá vontak álláspontja szerint a vállalatcsoport maradéktalanul eleget tett az NNK piacfelügyeleti eljárásában hozott piacfelügyeleti intézkedéseknek. Teljes bizonyítóerővel bíró magánokiratban nyilatkoztak arról, hogy a terméket a piacfelügyeleti hatóság döntésének megfelelően nem forgalmazzák tovább, ennek megfelelően nem állították azt, vagy keltették azt a látszatot, hogy a termék jogszerűen forgalmazható. A termék jogszerű forgalmazását az NNK első piacfelügyeleti eljárási cselekményéig nem vitatta senki. A termék a forgalmazására irányadó szabályoknak való nem megfelelését a piacfelügyeleti hatóság döntése deklarálja.

Az Fttv. melléklete 11. pontjának sérelme

172. Az eljárás alá vontak szerint közösségi médiában szereplő posztjaik nem valósították meg az Fttv. mellékletének 11. pontjában foglaltakat, tekintettel arra, hogy a tárgyi posztok, megjelenítések ellenérték és üzleti partner megjelenítése nélkül voltak láthatóak, nem reklámnak, hanem személyes indíttatásból, magáncélból megosztott tartalomnak minősülnek.

A természetes hatóanyag tartalomra vonatkozó állításokkal kapcsolatos jogsértések

173. Az eljárás alá vontak ebben a körben hivatkoztak az 1223/2009/EK rendelet 2. cikk (1) bekezdés b) pontjára, miszerint az anyag „*olyan természetes állapotban előforduló vagy gyártási folyamatból származó kémiai elem és vegyületei, amely az anyag stabilitásának megőrzéséhez szükséges adalékanyagot és az alkalmazott folyamatból származó szennyező anyagot is tartalmazhat, de nem tartalmaz olyan oldószert, amely az anyag stabilitásának befolyásolása vagy összetételének megváltoztatása nélkül elkülöníthető*”.

174. Az eljárás alá vontak szerint nem sértették meg az Fttv. és az 1223/2009/EK rendelet hivatkozott rendelkezéseit, tekintettel arra, hogy a termékben található anyagok természetes állapotukban előfordulnak. A piacfelügyeleti hatóság döntésének közléséig a termékben csak engedélyezett anyag került felhasználásra.

A peroxidmentességre vonatkozó állításokkal kapcsolatos jogsértések

175. A 3616562 CPNP regisztrációs számú és 1540619 CPNP regisztrációs azonosító számú termékekben felhasznált nátrium perborát, avagy sodium perborate kötött formában tartalmaz hidrogén-peroxidot. Az 1223/2009/EK rendelet 14. cikk (1) bekezdés b) pontja szerinti, valamint a III. melléklet 12. sorszáma alapján, az ott foglalt korlátozásokkal forgalmazható, e szerint a peroxid tartalom az aktív peroxid tartalomra vonatkozik, így a vállalatcsoport nem sértette meg az Fttv. és az 1223/2009/EK rendelet rendelkezéseit.

A biszfenol (BPA) mentességre vonatkozó jelölés alkalmazásával kapcsolatos jogsértések

176. Az eljárás alá vontak szerint a biszfenol (BPA) mentesség nem tűnt fel minden posztban, illetőleg az OGYÉI hivatkozott OGYEI/20621-3/2020., OGYEI/33-6/2021. és OGYEI/20621-6-2021. számú szakvéleményei közül egyik sem említi, hogy a termékek biszfenolt tartalmaznak, így a vállalatcsoport bizonyítottan véli a biszfenol-mentességet, álláspontjuk szerint így nem sértették meg az Fttv. és az 1223/2009/EK rendelet vonatkozó rendelkezéseit.

A termék egészségre gyakorolt hatásával, így biztonságos és a fogakat nem roncsoló tulajdonságára vonatkozó állítások alkalmazásával kapcsolatos jogsértések

177. Az eljárás alá vontak szerint az OGYEI/33-6/2021. számú szakvéleményben tett „fehéríti a fogaidat” és „a természetes fogszínen túl is képes fehéríteni” állítások nem tartoznak az emberi szervezet normál állapotának fenntartására és javítására tett utalásként, ez csupán a fogak esztétikai jellegű gondozására történő utalás. Egészségre ható állításról a szájhygiéné-elősegítése, betegségek kezelése, állapotának javítása, megelőzése állítások esetén lehetne beszélni, azonban ezek egyik sem tűnt fel a vállalatcsoport kereskedelmi gyakorlatában.
178. A fogakat nem roncsoló hatást az eljárás alá vontak is egészségre ható állításként definiálják, azonban kiemelik, hogy annak ellenére, hogy az OGYEI/20621-3/2020., az OGYEI/33-6/2021. és az OGYEI/20621-6-2021. számú szakvélemények hiányosságokat állapítanak meg a termékek dokumentációját illetően, nem mondják ki egyértelműen azt, hogy a termék a fogakat roncsolja. Azt, hogy a termék nem tekinthető teljesen bizonyítottan biztonságosnak, csak a 2020. június 30-án kelt NNK 31945-3/2020/KTEF határozat mondja ki, azonban a termék 2017. december 24-én az akkori hatályos 1223/2009/EK rendelet szabályainak értelmében még nem tartalmazott tiltott anyagot, a termék jogszerűen volt forgalomban és került használatra, így a fogakat nem roncsoló állítás alkalmazásának félrevezető mivolta nem bizonyítható 2017. december 24-től, csakis az NNK mint piacfelügyeleti hatóság jogsértést megállapító határozatának közlésének napjától.

A termék használatától várható eredményekkel, így gyorsaságával, fehérítő képességével kapcsolatos állítások alkalmazásával kapcsolatos jogsértések

179. Az eljárás alá vontak szerint a vizsgált időszak kezdetétől, azaz 2013. november 5-től 2019. május 23-ig a „Brightwhite otthoni fogfehérítő rendszer” elnevezésű kozmetikai termék az 1223/2009/EK rendelet rendelkezéseinek megfelelően tartalmazott nátrium perborát anyagot. Az NNK eljárásában az OGYEI mint szakhatóság csak az OGYEI/33-6/2021. számú, BrightWhite 2021. otthoni fogfehérítő rendszer elnevezésű, 3616562 CPNP regisztrációs azonosító számú termék tekintetében mondta ki, hogy annak fehérítő hatása nem bizonyított. A vállalatcsoport által 2020. július 29-ig forgalmazott, 1540619 CPNP regisztrációs azonosító számú termék 2019. május 23-ig még jogszerűen tartalmazott nátrium perborátot, amely nem aktív formában tartalmaz

peroxidot, amelynek fogfehérítő hatása bizonyított. Az eljárás alá vontak szerint ezért nem helytálló az eljáró versenytanács azon állítása, hogy 2013. november 5-től fennáll a fehérítő képességgel és gyorsasággal kapcsolatos (jogsértő) tájékoztatás, az ugyanis csak 2021. május 20-tól bizonyítható.

A piacelsőségi állítással kapcsolatos jogsértés

180. Az eljárás alá vontak hivatkoztak a Versenytanácsi elvi jelentőségű megállapításainak 1.6.6 pontjára, mely szerint az ár, illetve az ár tekintetében fennálló piacelsőség objektív kategória, ami nem egy-egy fogyasztó, vagy a fogyasztók egy csoportjának szubjektív megítélésétől, hanem az összes többi versenytárs valamennyi árujával és árával történő összehasonlítástól függő, egyértelműen megállapítható tény. A Whitening Solutions és a SOMNUS Investment 2013-ban alapos piackutatás után megállapították, hogy nincs ilyen jellegű LED lámpás peroxidmentes otthoni fogfehérítő készlet, ami ilyen módon van értékesítve a felhasználók felé.

Az EU-Compliant jelzés és az American Dental Association (ADA) jelzés alkalmazásával kapcsolatos jogsértések

181. Az eljárás alá vontak szerint a termék forgalmazóiként a termék gyártójának internetes honlapján közzétett nyilatkozata alapján jóhiszeműen használták fel az American Dental Association (ADA) jelzést és az EU Compliant jelzést. A 1540619 CPNP regisztrációs azonosító számú termék 2019. május 23-ig megfelelt az 1223/2009/EK rendelet rendelkezéseinek.

A negatív fogyasztói vélemények szűrésével kapcsolatos gyakorlat

182. Az Fttv. 2022. május 28-án hatályba lépő módosítása, amely szerint a terméket érintő jelentős információnak fog számítani, hogy a vállalkozás – ha úgy dönt, hogy közzétesz fogyasztói véleményeket – miként biztosítja, hogy a közzétett értékelések a terméket ténylegesen használó vagy megvásárló fogyasztóktól származnak. Az eljárás alá vontak szerint az Fttv. 3. § (2) bekezdés a) és b) pontjaiban foglalt szakmai gondosság és a fogyasztói magatartás torzításán kívül a fogyasztói vélemények szűrésével kapcsolatban 2013. november 5. napjától a fent hivatkozott jogszabály-módosítás hatálybalépéséig expressis verbis jogi szabályozása a fogyasztói vélemények kezelésének és szűrésének nincs. A szakmai gondosság követelményét a vállalatcsoport egyéb úton is biztosítani tudta, hiszen a vizsgált időintervallumban a termék jogszerűen volt forgalomban és minden dokumentáció a fogyasztók rendelkezésére állt. Az eljárás alá vontak szerint a fogyasztói magatartás torzítása a termékekkel kapcsolatos forgalmazói tájékoztatással kiküszöbölhető volt.

A terméket ajánló személyek és az eljárás alá vont vállalkozások közötti gazdasági érdekelttség eljárás alá vontak közösségi oldalain történő feltüntetésének hiánya

183. Az eljárás alá vontak úgy nyilatkoztak, hogy 2018. évtől a közösségi média posztokon már feltűnt az áru és vállalkozás kapcsolata, így az eljárás alá vontak álláspontja szerint ez a sérrelmezett időszakban is biztosított volt, hiszen a szakmai gondosság követelményének megfelelően a márka, az áru és a vállalkozás kapcsolata a fogyasztók számára világos volt.

Az OGYÉI szakvéleménye kapcsán előadott álláspont

184. Az eljárás alá vontak az OGYÉI 2022. január 21-én megküldött szakmai véleménye kapcsán a következőket adták elő. A szakmai vélemény alapvetően formai szakmai hiányosságokat állapít meg. Ilyen formai hiányosság az 1223/2009/EK rendelet 11. cikk (2) bekezdése szerinti dokumentációs szerkezet kialakítása, a fogfehérítő gél termékinformációs dokumentációjának (a továbbiakban: TID) 28. és 39. oldalon található, adminisztratív hiba miatt megmaradt nátrium perborát anyagra történő utalása, valamint hiányzó dokumentumok pótlása. Ez annak, köszönhető, hogy adminisztratív hiba folytán az elektronikus ügyintézés szabályainak

megfelelően, elektronikus űrlap (e-Papír) szolgáltatással benyújtott dokumentumok közül csak a dokumentumok egy része került értékelésre. A csatolandó mellékletek nagyobb mérete miatt csak kettő darab e-Papír beadványon lehetett a dokumentumokat beküldeni (EPAPIR-20211013-10059. és EPAPIR-20211013-10191. azonosítójú beadványok). Az OGYÉI eljáró ügyintézője szerint az EPAPIR-20211013-10191. azonosítójú beadvány adminisztratív hiba folytán nem jutott el hozzá, ezért jelölte meg hiányossággként, az OGYÉI eljáró ügyintézője biztosította a vállalatcsoport jogi képviselőjét a hiba orvosolásáról és a szakvélemény teljesítéséhez szükséges dokumentumok értékeléséről.

185. A szakmai vélemény tartalmi vizsgálatából kifolyólag megállapítható, hogy az nem tartalmaz utalást a TID feloldhatatlan és alapvető hiányosságaira, az összes felsorolt hiányosság orvosolható. A termék nem tartalmaz a kozmetikumokról szóló rendelet, a 655/2013/EU rendelet, valamint az anyagok és keverékek osztályozásáról, címkézéséről és csomagolásáról szóló Európai Parlament és a Tanács 1272/2008/EK rendelete (a továbbiakban: CLP rendelet) szerinti tiltott összetevőt vagy anyagot. A termékben található sodium percarbonate, avagy a nátrium perkarbonát nem tartozik a hivatkozott európai uniós jogszabályok tiltó hatálya alá, így az kozmetikumokban szabadon felhasználható. Az OGYÉI útmutatása szerint kiegészítendő TID és annak mellékletei a jelen pontban hivatkozott európai uniós jogszabályoknak, valamint a kozmetikai termékekről szóló 246/2013. (VII. 2.) Korm. rendelet rendelkezéseinek megfelelnek, így a termék az EGT területén jogszerűen forgalmazható.
186. Az OGYÉI/970-2/2022. számú szakvéleményben foglaltak teljesítése céljából a 3711842 CPNP regisztrációs számú, BrightWhite Wireless Teeth Whitening Device új, OGYÉI útmutatása szerint kiegészített dokumentációja 2022. február 11-én, az OGYÉI kérésének megfelelően papír alapon postázásra került az OGYÉI részére. Az OGYÉI szervezetének költözése miatt a dokumentumok értékelése 2022. február 14-ével veheti legkorábbi kezdetét.
187. Az eljárás alá vontak kiemelték, hogy a vállalatcsoport kifejezett szándéka, hogy a BrightWhite márka név alatti jövőben forgalmazandó termékek az európai és hazai jogszabályoknak maradéktalanul megfeleljenek. Ezt bizonyítja a vállalatcsoport és az OGYÉI mint a kozmetikumok piacfelügyeleti eljárásaiban szakhatósággént eljáró hatóság közötti folyamatos szakmai egyeztetés és kommunikáció.

Jogkövetkezmények kapcsán előadott álláspont

188. Az eljárás alá vontak szerint azon megállapítás, hogy az érintett termékek bizalmi terméknek minősülnek, nem kellően megalapozott. Ebben a körben hivatkoznak az eljárás alá vontak a fogyasztóvédelmi típusú ügyekben kiszabott bírság meghatározásának szempontjairól szóló, a Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének 12/2017. közleményének (a továbbiakban: Bírságközlemény) 33. pontjára, mely szerint
- „A fentiek alapján különösen súlyosító körülmény, ha a jogsértéssel érintett termék vagy szolgáltatás:*
- *egészségügyi problémákra vagy túlsúlyra kínál megoldást (bizalmi termék),*
 - *fogyasztói csoportban való részvétel, üdülési jogok újraértékesítése (bizalmi termék jellegű kockázattal rendelkező – tapasztalati – termék, korrekciós lehetőség nélkül),*
 - *bonyolultabb, hosszabb távú elköteleződéssel járó pénzügyi szolgáltatás (bizalmi vagy tapasztalati termék, illetve esetenként újszerű).”*
189. Az eljárás alá vontak szerint a fentiek alapján a közlemény szerinti bizalmi termék egészségügyi problémákra vagy túlsúlyra kínál megoldást, azonban a jelen eljárás tárgyát képező termékek nem funkcionális termékek, nem túlsúlyra megoldást kínáló termékek, sem pedig

gyógyhatást, egészségügyi probléma megoldását kínáló termékek. Ezen termékekkel kapcsolatban az eljárás alá vont vállalatcsoport soha nem állított gyógyhatást, azokat soha nem egészségügyi problémák kezelése céljából forgalmazta és reklámozta, tekintettel arra, hogy azok kozmetikumnak minősülnek az 1223/2009/EK rendelet 2. cikk (1) bekezdés a) pontja alapján.

190. Az eljárás alá vontak szerint a bizalmi jelleg a fogyasztók információ korrekciója tekintetében sem állapítható meg, tekintettel arra, hogy a kozmetikumok és a jelen eljárás tárgyát képező termékek forgalmazási információi és szabályozása mindenki számára nyilvánosan megismerhető.
191. Az eljárás alá vontak a felróhatóság körében előadták, hogy a felróhatóságuk megállapítása nem megalapozott tekintettel arra, hogy az NNK 31945-3/2020/KTEF számú, valamint 330732-2/2021/KTEF számú hatósági döntéseiben foglaltakat maradéktalanul teljesítették, erről nyilatkoztak is az eljáró hatóságok felé.
192. A fentiekre tekintettel kérték, hogy az eljáró versenytanács a súlyosító körülményeket gondolja felül és a tervezett bírság összegét ennek megfelelően csökkentse. Előadták, hogy egy nagyobb összegű bírság a vállalatcsoport fennmaradását kockáztatná, mivel az elmúlt időszak pandémiás helyzete gazdaságilag megviselte a társaságot és jelentős árbevételről esett el, ezért egy méltányos, alacsony összegű bírság kiszabását kérte.
193. Előadták, hogy a vállalatcsoport felismerte a közösségi médiában kifejtett tevékenysége szabályozásának szükségességét, valamint elköteleződött a kozmetikai termékek dokumentációjának és a termék tulajdonságait illető tájékoztatás Európai Unió jogának és a magyar jogrendnek történő megfelelésének fontosságáról. Vállalatcsoport célja az, hogy a nemzetközi és nemzeti normáknak megfelelő, már ismert és elismert márkájú termékeket forgalmazzon, ezen célok teljesítésért minden erőfeszítést megtesz.

Az eljárás alá vont vállalatcsoport kötelezettségvállalása

194. Az eljárás alá vontak úgy nyilatkoztak, hogy a Tptv. 75. § (1) bekezdése szerinti kötelezettségvállalást tesznek, hogy kereskedelmi, reklámtevékenységgel és a termékek forgalmazásával kapcsolatos magatartásukat meghatározott módon összhangba hozzák az alkalmazandó jogszabályi rendelkezésekkel. Így többek között kifejezetten vállalja a vállalatcsoport, hogy edukációs kampány keretén belül az általuk forgalmazott termék ismertetését és alkalmazásával kapcsolatos szabályait, és annak jogszabályi összefüggéseit teszi közzé.
195. A vállalatcsoport vállalja továbbá a nyilatkozat szerint, hogy
- a versenyfelügyeleti eljárás tárgyát képező, és egyéb esetlegesen ezen kategóriába tartozó hasonló kommunikációk tekintetében módosítja vagy már módosította is az a termékek használatára és tulajdonságaira vonatkozó kommunikációkat és közléseket a hatályos jogszabályoknak megfelelően, amennyiben szükséges,
 - a gyártóra hivatkozva, mindaddig, amíg a nemzeti kompetens hatóság azt jóvá nem hagyja, a termékek ADA megfelelőségéről és EU Compliant megfelelőségről ilyen állítást, sejtetést, sugallást a továbbiakban nem tesz,
 - a szakmai gondosság követelményeinek megfelelően webáruházában a hozzászólások, kommentek és vélemények moderálása a fogyasztók számára előre hozzáférhető, megismerhető kommentmoderálási szabályzat alapján fog történni,

- az áru és vállalkozás közötti kapcsolatot a szakmai gondosság követelményeinek és a fogyasztói magatartás esetleges torzításának megelőzésével teremti meg a közösségi média felületein.

VI.4. A versenyfelügyeleti eljárásban tartott tárgyaláson és az azt követően előadott nyilatkozatok

196. Az eljárás alá vontak a versenyfelügyeleti eljárásban 2022. február 15-én tartott tárgyaláson¹³⁸ a korábbiakat fenntartották és előadták, hogy céljuk a márka fenntartása, ezért is fordultak a szakhatósághoz, azonban a versenyfelügyeleti eljárásban kiszabni tervezett bírság a működésüket, a céljukat ellehetetleníti.
197. Az eljárás alá vontak továbbá az eljáró versenytanács felhívására a VJ/45-210/2020. számú iratban (azon túl, hogy megküldték, illetve hivatkozták az eljárás alá vontak 2020. évi beszámolóit) úgy nyilatkoztak, hogy az ügyvédi iroda által képviselt három eljárás alá vont vállalkozás nem minősül jogi értelemben vett vállalatcsoportnak a Tpv. 15. § alapján, a társaságok vállalatcsoportként történő megjelölése csak stilisztikai értelemben, a könnyebb hivatkozhatóság érdekében került megfogalmazásra.
198. Az eljárás alá vontak továbbá a fenti iratban ismét előadták, hogy az OGYÉI/970-2/2022. számú szakvéleményben foglaltak teljesítése céljából a 3711842 CPNP regisztrációs számú, BrightWhite Wireless Teeth Whitening Device új, OGYÉI útmutatása szerint kiegészített dokumentációja 2022. február 11. napján, az OGYÉI kérésének megfelelően papír alapon postázásra került az OGYÉI részére. Az eljárás alá vontak kifejezett szándéka, hogy a BrightWhite márka név alatti, jövőben forgalmazandó termékek az európai és hazai jogszabályoknak maradéktalanul megfeleljenek. Ezt bizonyítja a vállalatcsoport és az OGYÉI, mint a kozmetikumok piacfelügyeleti eljárásaiban szakhatóságként eljáró hatóság közötti folyamatos szakmai egyeztetés és kommunikáció.
199. Az eljárás alá vontak továbbá kérték a Tpv. 75. § (1) bekezdése szerint hitelt érdemlő vállalásként figyelembe venni a VJ/45-207/2020. számú irat 14. pontjában előadottakat a bírság kiszabásáról szóló döntés meghozatala során, a Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének 3/2012. számú közleménye 30. és 33. pontjai alapján, a bírság mérséklése céljából.¹³⁹ Az előadás szerint továbbá a VJ/45-207/2020. számú iratban előadottakon túl az Online Trading Solution s.r.o Magyarország területén kifejtett tevékenysége során vállalja, hogy az esetleges büntetés összegének 10%-át kuponokon keresztül kiosztja a fogyasztók részére társadalmi szerepvállalásként a GVH-val előre egyeztetett módon és időtartamban, a közlemény 32. pontja alapján.

¹³⁸ VJ/45-208/2020. számú jegyzőkönyv

¹³⁹ Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a hivatkozott közlemény a 2014. október 6-tól a 2012. szeptember 28-át követően, de 2014. július 1-jét megelőzően indított eljárásokban alkalmazandó (https://www.gvh.hu/szakmai_felhasznaloknak/kozlemenyek/kozlemenyek). A jelen ügyben a Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének 1/2018. számú közleménye a Tpv. 75. §-a szerinti kötelezettségvállalásról (egységes szerkezetben az azt módosító 1/2021. közleménnyel) lenne alkalmazható (https://www.gvh.hu/pfile/file?path=/szakmai_felhasznaloknak/kozlemenyek/1_2018_kotvall_kozlemeny_04_30&inline=true)

VII.

Jogsabályi háttér

VII.1. Az Fttv. releváns rendelkezései

200. 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 az Fttv. hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely Magyarország területén valósul meg, továbbá arra is, amely Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint.
201. Az Fttv. 1. §-a (4) bekezdésének c) pontja szerint külön törvény vagy az annak végrehajtására kiadott jogszabály a fogyasztók tájékoztatására vonatkozóan az e törvényben foglalt szabályokon túl részletesebb, illetve szigorúbb szabályokat írhat elő az áru egészségügyi vonatkozásaival vagy biztonságosságával összefüggő követelmények érvényesítése céljából.
202. Az Fttv. 2. § értelmében az Fttv. alkalmazásában
- fogyasztó: az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy,
 - 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,
 - 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.
203. 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 észszerűen 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.
204. Az Fttv. 3. § (3) és (4) bekezdései szerint a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §), továbbá tisztességtelenek a mellékletben meghatározott kereskedelmi gyakorlatok.
205. Az Fttv. mellékletének 9. és 11. pontja értelmében tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat
- annak valótlan állítása vagy olyan hamis benyomás keltése - akár önmagában az árunak a kereskedelmi gyakorlatban való megjelenítése által -, hogy az áru jogszerűen forgalmazható,
 - az írott vagy elektronikus médiában szerkesztői tartalom használata az áru értékesítésének vagy más módon történő igénybevétele érdekében előmozdítására úgy, hogy ezért a vállalkozás

ellenszolgáltatást nyújtott, ez azonban nem tűnik ki egyértelműen a tartalomból vagy a fogyasztó számára egyértelműen felismerhető képi vagy akusztikus elemekből (szerkesztői tartalomnak álcázott reklám).

206. 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 megtévessze a fogyasztót az alábbiak közül egy vagy több tényező tekintetében, és ezáltal a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas:

b) az áru lényeges jellemzői, így különösen

ba) kivitelezése, összetétele, műszaki jellemzői, tartozékai,

bj) az egészségre gyakorolt hatása,

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

h) a vállalkozás kötelezettségvállalásának mértéke, a kereskedelmi gyakorlat indítékai, az értékesítési folyamat természete, a szponzorálásra, a vállalkozás vagy az áru jóváhagyására vonatkozó bármely állítás vagy jelzés.

207. Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése előírja, hogy a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki észszerűen 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.

208. Az Fttv. – a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatti felelősségéről rendelkező - 9. §-ának (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. A (2) bekezdés értelmében az (1) bekezdés szerinti vállalkozás felel akkor is, ha a kereskedelmi gyakorlatot szerződés alapján más személy valósítja meg a vállalkozás érdekében vagy javára.

209. Az Fttv. 9. § (3) bekezdése értelmében a (2) bekezdéstől eltérően, a kereskedelmi kommunikáció megjelenítési módjával összefüggő okból eredő jogsértésért az is felel, aki a kereskedelmi kommunikációt az arra alkalmas eszközök segítségével megismerhetővé teszi, valamint aki önálló gazdasági tevékenysége körében a kereskedelmi kommunikációt megalkotja vagy ezzel összefüggésben egyéb szolgáltatást nyújt, kivéve, ha a jogsértés az (1) bekezdés szerinti vállalkozás utasításának végrehajtásából ered. Az ilyen jogsértő kereskedelmi gyakorlattal okozott kárért e személyek az (1) bekezdés szerinti vállalkozással egyetemlegesen felelnek.

210. Az Fttv. 10. § (3) bekezdése szerint a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a GVH jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.

211. Az Fttv. 11. § (1) bekezdése szerint a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál - a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével - a következő szempontok irányadóak:

a) az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközének jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a

jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára vagy a jogsértéssel érintett áru mennyiségére, vagy

b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján.

212. 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 1223/2009/EK rendelet releváns rendelkezései

213. A Európai Unió minden tagállamában 2013. július 11-től közvetlenül alkalmazandó 1223/2009/EK rendelet 2. cikk (1) bekezdés a) pontja szerint kozmetikai termék minden olyan anyag vagy keverék, amely azt a célt szolgálja, hogy az emberi test különböző külső részeivel (hámréteg, haj és testszőrzet, körmök, ajkak és külső nemi szervek) vagy a fogakkal és a szájüreg nyálkahártyájával érintkezésbe kerüljön, kizárólag vagy elsősorban azok tisztítása, illatosítása, kinézetük megváltoztatása, védelme, megfelelő állapotban tartása céljából, vagy a testszag megszüntetése érdekében.

214. Az 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdése szerint a kozmetikai termékek címkézésekor, forgalmazásakor és reklámozásakor tilos az olyan megszövegezés, valamint az olyan elnevezések, védjegyek, képek és egyéb képi vagy más megjelölések használata, amelyek olyan tulajdonságok vagy funkciók meglétére utalnak, amelyekkel az adott termék nem rendelkezik.

215. Az 1223/2009/EK rendelet 4. cikk (2) bekezdése szerint minden forgalomba hozott kozmetikai termék esetén a felelős személy biztosítja a rendeletben meghatározott kötelezettségek betartását, illetve az 5. cikk (1) bekezdése szerint a felelős személy biztosítja, többek között, a rendelet 20. cikkének való megfelelést. A rendelet 4. cikke differenciáltan szabályozza, hogy mely esetekben minősül a termék gyártója, importőre, illetve forgalmazója felelős személynek. A 4. cikk (6) bekezdése szerint a forgalmazó akkor minősül felelős személynek, ha saját neve vagy védjegye alatt hoz egy kozmetikai terméket forgalomba, vagy a már forgalomban lévő terméket megváltoztatja oly módon, hogy az kihat a termékre vonatkozó követelményeknek való megfelelésre.

VII.3. A 655/2013/EU rendelet releváns rendelkezései

216. Az 1223/2009/EK rendelet alkalmazásakor a kozmetikai termékekről tett állítások indokolására és a benyújtott bizonyítékok értékelése vonatkozó közös kritériumok megállapításáról a Bizottság – szintén 2013. július 11-től alkalmazandó – a kozmetikai termékekről tett állítások indokolására vonatkozó közös kritériumok megállapításáról szóló 655/2013/EU rendelete rendelkezik. A 655/2013/EU rendeletének 1. cikke szerint ez a rendelet a szövegek, nevek, védjegyek, képek és képi vagy egyéb jelek formájában feltüntetett állításokra alkalmazandó, amelyek a címkézés, a piaci hozzáférhetőség biztosítása és a reklámozás során explicit vagy implicit módon a kozmetikai termékek jellemzőire, illetve funkcióira vonatkoznak. A rendelet a használt médium, illetve marketingeszköz típusától, a termék állítólagos funkcióitól és a célcsoporttól függetlenül valamennyi állításra alkalmazandó.

217. A 655/2013/EU rendelet 2. cikke szerint az 1223/2009/EK rendelet 4. cikkében meghatározott felelős személy biztosítja, hogy a kozmetikai termékekre vonatkozó állítások szövegezése megfeleljen a mellékletben felsorolt közös kritériumoknak, és összhangban legyen a kozmetikai terméktől várt hatást igazoló dokumentációval, amelyet az 1223/2009/EK rendelet 11. cikkében előírt termékinformációs dokumentáció tartalmaz.

218. A 655/2013/EU rendelet melléklete foglalja össze a közös kritériumokat, így például a következő kritériumokat rögzíti:

1. A jogszabályok betartása

1.1. Nem megengedett az arra hivatkozó állítás, hogy a terméket egy, az Unió területén található illetékes hatóság engedélyezte vagy elfogadta.

2. Hitelesség

2.3. A marketingtájékoztatók nem sugallhatják azt, hogy a véleménynyilvánítások bizonyított állítások, hacsak nincs valóban bizonyítható alapjuk.

3. Bizonyítékokkal való alátámasztás

3.1. A kozmetikai termékekre vonatkozó, akár explicit akár implicit állításokat megfelelő és ellenőrizhető bizonyítékokkal kell igazolni, az alátámasztó bizonyítékok típusától függetlenül, ideértve szükség esetén a szakértői értékeléseket is.

3.2. Az állításokat alátámasztó bizonyítékoknak figyelembe kell venniük a jelenlegi legkorszerűbb gyakorlatokat.

3.3. Amennyiben az állításokat tanulmányokkal támasztják alá, ezeknek a termékhez és az állítólagos gyógyhatáshoz kell kapcsolódniuk, kellően megtervezett és kivitelezett (érvényes, megbízható és megismételhető) módszereket kell követniük, valamint etikai megfontolásokat is figyelembe kell venniük.

3.4. A bizonyítékok szintjének meg kell felelnie az állítás típusának, különösen az olyan állítások esetében, amelyeknél a termék hatásának hiánya biztonságossági problémát okozhat.

3.7. Az állítás elfogadhatóságának megítélése az összes tanulmány, adat és rendelkezésre álló információ bizonyító erején kell, hogy alapuljon – az állítás természetétől és az átlagos végfelhasználók általános ismereteitől függően.

4. Megbízhatóság

4.1. A termék hatásának jellemzése nem lépheti túl a rendelkezésre álló alátámasztó bizonyítékokat.

4.2. Az állítások nem tulajdoníthatnak az adott terméknek sajátos (például egyedülálló) tulajdonságokat, ha hasonló termékek azonos tulajdonságokkal rendelkeznek.

6. Körültekintő döntéshozatal

6.1. Az állításoknak világosnak és az átlagos végfelhasználó számára érthetőnek kell lenniük.

VII.4. A Tpv. releváns rendelkezései

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

220. Az eljáró versenytanács határozatában a Tpv. 76. §-a (1) bekezdésének

f) pontja értelmében megállapíthatja a jogsértés tényét,

k) pontja értelmében bírságot szabhat ki.

221. 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.

222. 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. Ha a vállalkozás működési ideje az adott évben egy évnél rövidebb, az adatokat éves szintre kell vetíteni. Ha a határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételről nem áll rendelkezésre hiteles adat, az utolsó hitelesen lezárt üzleti év nettó árbevétele az irányadó. A nettó árbevétel számítására egyebekben megfelelően alkalmazni kell a 24. § (3) bekezdését és a 27. § (7) bekezdését.
223. 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.
224. A Tptv. 46. §-ának (1) bekezdése értelmében az Ákr. rendelkezéseit a versenyfelügyeleti eljárásban akkor kell alkalmazni, ha azt a Tptv. kifejezetten előírja.

VIII.

Jogi értékelés

VIII.1. Hatáskör és illetékesség

225. Az eljárásban vizsgált termék kozmetikumnak minősül, így a magatartás értékelésekor a kozmetikumok tekintetében irányadó ágazati jogszabályok is alkalmazandók.
226. A kozmetikai termékekről szóló 246/2013. (VII. 2.) Korm. rendelet 4. §-a (1) bekezdésének d) pontja szerint az 1223/2009/EK rendeletben, valamint a Korm. rendeletben foglalt szabályok betartásának hatósági ellenőrzését az 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdése tekintetében az Fttv.-ben meghatározott hatóság az Fttv.-ben meghatározott szabályok szerint végzi, és hatáskörében eljár a rendelkezések megsértése esetén.
227. Az Fttv. 17. §-ának (1) bekezdése értelmében az Fttv.-ben meghatározott hatóság jár el az Fttv. szerinti eljárásban akkor is, ha külön törvény vagy kormányrendelet, illetve az annak végrehajtására kiadott jogszabály vagy az Európai Unió közvetlenül alkalmazandó jogi aktusa fogyasztókkal szembeni kereskedelmi gyakorlatra vonatkozó rendelkezésének (külön jogszabályi rendelkezés) megsértése tekintetében külön törvény vagy kormányrendelet így rendelkezik. Az Fttv. 17. §-ának (2) bekezdése alapján ha az eljáró hatóság azt állapítja meg, hogy a kereskedelmi gyakorlat a külön jogszabályi rendelkezést is megsérti, az Fttv.-ben meghatározott jogkövetkezmények mellett az (1) bekezdés szerinti külön törvényben, kormányrendeletben vagy az annak felhatalmazása alapján kiadott jogszabályban meghatározott bármely jogkövetkezményt alkalmazhatja, azzal, hogy bírságot a magasabb bírságösszeget lehetővé tevő rendelkezések szerint szab ki.
228. Ennek értelmében az Fttv. szerint egy adott kereskedelmi gyakorlat lehet kettős jogalapon, azaz az Fttv. mellett az 1223/2009/EK rendelet 20. cikkének (1) bekezdése vonatkozásában is vizsgálható, és e tekintetben is megállapíthatja a GVH a jogsértést vagy annak hiányát.

229. A fentiek miatt a jelen ügyben érintett magatartások egy része tekintetében az 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdése is alkalmazandó. Azt, hogy az egyes, különböző hatásokat ígérő vagy más állítások mely jogszabályhely alapján vizsgálándóak, az a körülmény határozza meg, hogy azok mire, az emberi szervezet mely állapotára vagy milyen egyéb jellemzőre vonatkoznak.
230. A fentebb ismertetett tényállás és vizsgált magatartás értékelésére tehát az Fttv. és a 1223/2009/EK rendelet rendelkezései alkalmazandók tekintettel arra, hogy az eljárás alá vontak által alkalmazott tájékoztatások kereskedelmi gyakorlatnak minősülnek, melyek az Fttv. 2. § a) pontja szerinti, természetes személy fogyasztóknak szólnak.
231. Az érintett kereskedelmi kommunikáció Fttv. 2. § d) pontja szerinti kereskedelmi gyakorlat jellege egyértelműen megállapítható, mivel az a BrightWhite termékeket értékesítő vállalkozások BrightWhite termékek eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, reklámja és marketingtevékenysége.
232. 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.
233. A jelen ügyben a gazdasági verseny érdemi érintettsége fennáll Fttv. 11. § (1) bekezdés a) pontja alapján, tekintettel a feltárt kereskedelmi gyakorlat kiterjedtségére, a kommunikáció eszközének jellegére, a közösségi média különböző csatornáin elért nézettségi és követési eredményekre, mivel az érintett kommunikációs eszközök, amelyeken a kereskedelmi gyakorlat megvalósult (weboldalak, Facebook és Instagram oldalak) magas látogatottsággal, illetve magas követőszámmal rendelkeznek/rendekeztek. A kisebb-nagyobb követőbázissal rendelkező együttműködő véleményvezérek közösségi média platformjain (Facebook és Instagram profilok) is jelentős számú fogyasztó találkozhatott a vizsgált kereskedelmi gyakorlattal. Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a BrightWhite termékek első Facebook profilja több mint 109.000 követővel rendelkezett,¹⁴⁰ a második Facebook profil is majdnem elérte a 109.000 követőt,¹⁴¹ továbbá a saját Instagram oldalán a követők száma meghaladta a 71.000 főt.¹⁴²
234. A fentiekre tekintettel a GVH hatásköre a kozmetikai termékekről szóló 246/2013. (VII. 2.) Korm. rendelet 4. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján fennáll a vizsgált magatartások 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdése szerinti értékelésére is.
235. A GVH illetékességét a Tpv. 45. §-a állapítja meg.
236. Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a kereskedelmi kommunikáció egyes elemei ugyan 2017. előtt kezdődtek, azonban az alkalmazott kommunikációs eszközök (posztok, közösségi médiában megjelenő influenszer marketing) jellege (vagyis folyamatos elérhetősége, az azonos mintázatok, kommunikációs üzenet egyezősége) miatt a kereskedelmi gyakorlat folyamatos, így az Fttv. 13. §-ára, miszerint, ha a jogsértő magatartás folyamatos, a versenyfelügyeleti eljárás indítására vonatkozó három éves határidő a magatartás abbahagyásakor kezdődik és azon tényre tekintettel, hogy a kereskedelmi gyakorlat alapvetően a 2021. január 29-én és 2021. július 29-én elrendelt ideiglenes intézkedések eredményeképpen ért véget Magyarországon, a jelen versenyfelügyeleti eljárásban feltárt összes kommunikációs eszközre nézve fennáll a versenyfelügyeleti eljárás időbeli hatálya.

VIII.2. A fogyasztói célcsoport és a kommunikáció üzenete

¹⁴⁰ VJ/45-45/2020. számú feljegyzés

¹⁴¹ VJ/45-131/2020. számú feljegyzés iratbeemelésről 3. számú melléklet

¹⁴² VJ/45-45/2020. számú feljegyzés beemelésről 3. számú melléklet

237. A BrightWhite termékekre vonatkozó kereskedelmi kommunikáció azt üzeni, hogy a fogyasztók peroxidmentesen, teljesen természetes módon, gyorsan, kényelmesen és biztonságosan érhetnek el fehérebb fogakat a termék használatával, ezért azon természetes személyek tekintendők a kereskedelmi kommunikáció célcsoportjába tartozó fogyasztóknak, akik fehérebb fogakat szeretnének elérni természetes anyagokat tartalmazó, kíméletesebb és bárhol elvégezhető termék alkalmazásával, nem pedig a fogorvosok által használt peroxid tartalmú, jellemzően drágább vagy körülményesebb kezelés által.
238. Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése meghatározza azon észszerűen tájékozottan eljáró fogyasztó fogalmát, akinek a magatartását kell alapul venni, az érintett fogyasztók magatartásának értékelése során, tekintettel arra, hogy széleskörű, általános jellemzőkkel bíró fogyasztói csoportnak szóltak a tájékoztatások, és nem azonosítható olyan csoport, amelynek tagjai az adott kereskedelmi gyakorlat vagy annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenyséjük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatottak lennének.

VIII.3. A fogyasztó ügyleti döntése

239. A fogyasztó ügyleti döntésének vizsgálatára az eljárás alá vontak magatartásának Fttv. 6. § (1) bekezdés b) és h) pontjai, illetve 3. §-ának (2) bekezdése szerinti értékelése kapcsán van szükség.
240. A joggyakorlat szerint 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 kereskedelmi gyakorlatok tilalma már a figyelemfelkeltéssel kapcsolatban is érvényesülést kíván. Az eljáró versenytanács utal ebben a körben az Európai Bíróság egy előzetes döntéshozatal iránti kérelem kapcsán 2013. december 19-én hozott ítéletére,¹⁴³ 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.*”
241. Szintén ebben a körben említendő egy webáruházi gyakorlattal kapcsolatos, Kf.III.38.283/2018/12. számú kúriai ítélet, mely szerint egy „*termék kosárba helyezése ügyleti döntésnek minősül, így a jogsértés megvalósulása szempontjából nincsen jelentősége annak, hogy volt-e lehetősége arra, hogy a termékről később tájékozódjon, további ügyleti döntést hozzon*”, valamint „*ha utóbb mégsem rendel a fogyasztó, ez már egy újraértékelés, újragondolás, újabb döntés.*”
242. A fentiek alapján már önmagában az is kifogásolható, ha a tisztességtelen magatartás, kereskedelmi gyakorlat hatására a fogyasztó személyesen, telefonon vagy online felveszi a kapcsolatot a vállalkozással, meglátogatja az adott webáruházat, hiszen így a vállalkozás „meggyőzheti” a fogyasztót, „ráveheti” a vállalkozás számára előnyös döntés meghozatalára.
243. A vizsgálattal érintett termék esetében a fogyasztók figyelmének felkeltése a vizsgált (jellemzően közösségi médiában megjelenő) állítások közzétételekor történt meg. Az Fttv. értelmében a figyelemfelkeltés kapcsán hozott döntés is ügyleti döntésnek minősül, mert a fogyasztó a kereskedelmi gyakorlat üzenetének hatására felkutatja a kínált termékeket, lehetőségeket és a kommunikációnak a termékeknek tulajdonított jótékony, egészségre gyakorolt és egyéb hatásaira vagy jellemzőire vonatkozó üzenete miatt megtekintti a releváns webáruháza(ka)t, dönt a termékkel kapcsolatban és végső soron annak a megvásárlása mellett.

¹⁴³ Az Európai Bíróság ítélete a C-281/12. számú ügyben.

244. Fentiekből következően a fogyasztói figyelem felkeltése sem történhet tisztességtelen módon, utóbb a vállalkozás sem hivatkozhat arra, hogy a figyelem – tisztességtelen – felkeltését követően a fogyasztónak volt reális lehetősége tájékozódásra, sőt, az tőle el is volt várható, hiszen ilyen esetben a vállalkozás felkereséséről, további információk beszerzéséről egy tisztességtelen figyelemfelkeltést követően dönt a fogyasztó. A fogyasztók felé irányuló reklámmal szemben egyértelmű követelmény, hogy annak alapján a fogyasztó reális képet alkothasson az adott termékről (áruról, szolgáltatásról), a vállalkozásról, a tájékoztatás tartalmáról.
245. Az 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdésének és az Fttv. melléklete szerinti tényállások értékelése körében a fogyasztó üzleti döntésének vizsgálata nem szükséges, mivel a magatartások a törvény erejénél fogva tisztességtelenek, semmilyen további külön feltételnek nem kell teljesülnie, így az sem vizsgálendő, hogy a gyakorlat befolyásolta-e az üzleti döntést, mivel ezt a jogalkotó már feltételezte e magatartások vonatkozásában. E körben tehát a jogsértés megállapításához csak azt kell vizsgálni, hogy a tényállási elemek megvalósultak-e.

VIII.4. Az eljárás alá vontak felelőssége a vizsgált kereskedelmi gyakorlatért

246. Az eljáró versenytanács felhívja a figyelmet a jelen esetben érintett kozmetikai piac kapcsán a speciális felelősségi szabályokra és a felelősség elhatárolásának egyes kérdéseire. A joggyakorlat értelmében ugyanis amennyiben az Fttv. vonatkozó szabályain túl a speciális nézőpontú ágazati kommunikációs szabály is rendelkezik egy adott termék kategória esetében a megtévesztésről vagy egyéb tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatról, valamint ezen rendelkezés alkalmazására is van hatásköre a GVH-nak, akkor az adott kereskedelmi gyakorlat értékelésére mindkét jogalapon sor kerülhet (anélkül, hogy az két jogsértésnek minősülne vagy az eljárás alá vontak számára egyéb hátrányt jelentene).
247. Az Fttv. 9. § (1) bekezdése az úgynevezett „érdek-elvet” tekinti a felelősség megállapíthatóságának alapjának, így annak értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll. Tehát a közzétett kereskedelmi gyakorlatért elsődlegesen azon vállalkozások felelőssége állapítható meg, amelyeknek az értékesítés, eladásösztönzés közvetlenül érdekében állt. A Versenytanács gyakorlata szerint „*a vállalkozások - a piac működési logikája szerint – ellenszolgáltatás fejében nyújtják szolgáltatásaikat, így több vállalkozásnak is fűződhet – a bevétel okán - egyidejűleg anyagi érdeke a kereskedelmi gyakorlathoz.*”¹⁴⁴
248. Az eljáró versenytanács hangsúlyozza, hogy önmagában a termék forgalmazása nem feltétlenül alapozza meg az Fttv. 9. § (1) bekezdése szerinti felelősséget, mivel ahhoz nem elegendő önmagában az érintett termék értékesítéséből származó bevételek miatti anyagi érdekelttség, ahhoz az is szükséges, hogy az adott vállalkozásnál a termék értékesítése (vagy egyéb érdekeltséget megalapozó tényező) és az adott kereskedelmi gyakorlat között valamiféle oksági kapcsolat is megállapítható legyen. Ezt fejezi ki a közvetlen érdekelttség követelménye.
249. A jelen versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált kereskedelmi gyakorlatra vonatkozóan megállapítható, hogy az eljárás alá vont vállalkozások felelőssége fennáll, tekintve, hogy az érintett terméket közvetlenül a fogyasztók részére értékesítették és forgalmazták, az ahhoz kapcsolódó kereskedelmi kommunikációkat is a vállalkozások hozták létre és tették közzé, és ezzel összefüggésben a szolgáltatás igénybevételének ösztönzése az eljárás alá vontaknak közvetlenül érdekében állt, mivel abból közvetlenül is bevételük származott a vizsgált időszakban.

¹⁴⁴ VJ/59/2009. számú versenyfelügyeleti eljárás

250. Az 1223/2009/EK rendelet 4. cikk (2) bekezdése alapján a rendeletben meghatározott kötelezettségek betartását minden forgalomba hozott kozmetikai termék esetében a felelős személy biztosítja, továbbá az 5. cikk (1) bekezdése értelmében a felelős személy biztosítja a 20. cikknek való megfelelést, mely szerint a kozmetikai termékek címkézésekor, forgalmazásakor és reklámozásakor tilos az olyan megszövegezés, valamint az olyan elnevezések, védjegyek, képek és egyéb képi vagy más megjelölések használata, amelyek olyan tulajdonságok vagy funkciók meglétére utalnak, amelyekkel az adott termék nem rendelkezik. A rendelkezésre álló, CPNP adatbázisban rögzített-információk szerint a régi és az új termék esetében a SOMNUS Investment, míg a harmadik termék esetében az Online Trading Solutions a megjelölt felelős személy.
251. Arra tekintettel azonban, hogy az eltiltott forgalmazás esetén történő reklámozás vagy a szerkesztői tartalomnak álcázott reklám, illetve a szakmai gondosság generális sérelme nem ágazat specifikus kérdés, így annak megítélésnél az Fttv. felelősségi szabályai az irányadóak, ezért az eljárás alá vont vállalkozások felelőssége fennáll az Fttv. 9. § (1) bekezdése szerint, tekintve, hogy árbevételük származott a termékek értékesítéséből. Azonban az 1223/2009/EK rendelet 5. cikk (1) bekezdésének biztosítását is arra figyelemmel szükséges értékelni, hogy ugyan az eljárás alá vont vállalkozások saját nevük alatt végezték a forgalmazást, ez azonban esetenként párhuzamosan történt, illetve sem a fogyasztók számára, sem a versenyfelügyeleti eljárás során feltártak alapján pontosan nem határozható el, hogy mikor és melyik vállalkozás volt érdekelt.
252. Az eljáró versenytanács kiemeli, hogy a felelősségre vonatkozó joggyakorlat értelmében (egyes magatartások, pl. a szerkesztői tartalomnak álcázott reklám, illetve más, a megjelenítési móddal összefüggő tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat esetében) a feltárt kereskedelmi gyakorlatban beazonosított véleményvezérek és/vagy ügynökségek versenyfelügyeleti eljárásba történő bevonására is sor kerülhetett volna a fenti indokok alapján, azonban a közigazgatási eljárási szabályok¹⁴⁵ értelmében a hatóság a költségtakarékosság és a hatékonyság érdekében úgy szervezi meg a tevékenységét, hogy az az ügyfélnek és a hatóságnak a legkevesebb költséget okozza, és az eljárás a lehető leggyorsabban lezárható legyen.¹⁴⁶ Valamennyi érintett véleményvezér és a velük kapcsolatban álló további, kisebb-nagyobb vállalkozások, ügynökségek versenyfelügyeleti eljárásba történő bevonása, azok nagy, több tucatot is meghaladó száma miatt az eljárás indokolatlan kiterjedéséhez, elnehezüléséhez vezetne. Figyelemmel a jelen vizsgálattal érintett kereskedelmi gyakorlatnak, az annak keretében értékelt kommunikációs eszközöknek a jellegére, valamint a magatartás súlyára, kiterjedtségére, a gyakorlat feltárásához és az eljárásnak a későbbi magatartásokra gyakorolt hatása eléréséhez sem elkerülhetetlenül szükséges ezen további vállalkozások vagy személyek bevonása, így azt az eljáró versenytanács sem tartotta indokoltnak.
253. Az eljáró versenytanács kiemelendőnek tartja, hogy részben a II.5. pontban bemutatottak (az eljárás alá vont vállalkozások kapcsolata, két eljárás alá vont esetben azok vállalkozáscsoportként való minősülése) alapján és a kereskedelmi gyakorlatban való párhuzamos, időben és tevékenységben is átfedő érdekelttségük, működésük miatt az eljárás alá vontak magatartása nem határozható el, így az eljáró versenytanács a továbbiakban egységesen hivatkozik rájuk az egyes magatartások megvalósítása kapcsán. Ebben a körben az is kiemelendő, hogy a vizsgált és sérelmezett kereskedelmi gyakorlatok, illetve a lentic szerinti jogsértések alapvetően a második ideiglenes intézkedést követő időszakig tartottak, folyamatban voltak, illetve a szakhatósági

¹⁴⁵ A Tpv. 46. § (2) bekezdésének a) pontja szerint az Ákr. rendelkezéseit kell alkalmazni a Tpv.-ben foglaltakkal összhangban az eljárás alapelveire. Az Ákr. 4. §-a a hatékonyság elve körében rögzíti, hogy a hatóság a hatékonyság érdekében úgy szervezi meg a tevékenységét, hogy az az eljárás valamennyi résztvevőjének a legkevesebb költséget okozza, és - a tényállás tisztázására vonatkozó követelmények sérelme nélkül, a fejlett technológiák alkalmazásával - az eljárás a lehető leggyorsabban lezárható legyen.

¹⁴⁶ Lásd pl. a VJ/67/2016. számú ügyben hozott határozat vonatkozó megállapítását.

véleményeket és határozatokat követően az egyes eljárás alá vontak szerepe, tevékenysége különösen összemosódott.

254. Az eljárás alá vont felelőssége azok alapítása, illetve adott területen való működésük megkezdése óta fennáll, azaz

- a Whitening Solutions esetében 2019. márciustól,
- a SOMNUS Investment esetében 2013. októbertől,
- az Online Trading Solutions esetében 2020. októbertől,
- a Brightwhite Teeth Whitening 2018. szeptembertől.

VIII.5. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat és az egyes magatartások értékelése

255. A következőkben az eljáró versenytanács az egyes magatartások értékelését ismerteti.

VIII.5.1. Forgalmazástól eltiltott termék népszerűsítése – az Fttv. mellékletének 9. pontja szerinti értékelés

256. A rendelkezésre álló szakhatósági iratok alapján egyértelműen megállapítható, hogy a termék 2020. július 20. óta Magyarországon jogszerűen nem forgalmazható, a termék értékesítése tiltott bármely csatornán. A kérdés tehát csak az, hogy ezen tilalom mellett lehetséges-e jogszerű reklámozásról beszélni, figyelemmel arra, hogy ha egy terméket annak forgalmazója vagy bárki más reklámoz, abból alappal feltételezheti a fogyasztó, hogy a termék jogszerűen van forgalomban.

257. Az eljáró versenytanács előzetesen megjegyzi, hogy nem ismert, hogy a 31945-3/2020/KTEF és a 33073-2/2021/KTEF számú határozatok szerinti hiányosságokat az eljárás alá vontak (különösen pedig a mindenkori felelősök) miért nem pótolták. Szükséges továbbá megjegyezni, hogy ha az eljárás alá vontak pótolják is a jövőben a hiányosságokat, az csak a jövőre nézve rendezi az érintett termék jogszerű forgalmazásának és népszerűsítésének a kérdését, a jogsértés megállapíthatóságát nem érinti.

258. Az eljáró versenytanács ebben a körben visszautal az ügyben elrendelt ideiglenes intézkedésekről rendelkező végzésekre, különösen pedig a 2021. január 29-én kelt VJ/45-29/2020. számú végzés III.6.1. Jogsértés (jogsértő kereskedelmi gyakorlat) valószínűsítése című pontjára és a 2021. július 29-én kelt VJ/45-160/2020. számú végzés III.7.1. A jogsértés valószínűsítése című pontjára.

259. A rendelkezésre álló információk¹⁴⁷ szerint az eljárás alá vontak a forgalmazás eltiltását megelőzően és azt követően is intenzív kommunikációt, kereskedelmi gyakorlatot folytattak a termék népszerűsítésére.¹⁴⁸ Az eljárás alá vont vállalkozások a terméket a forgalmazás (2020. június 30-i) eltiltását követően többek között kisebb-nagyobb követettségű közösségi média szereplőkkel, illetve a közösségi médián kívül is ismert, jellemzően nagyobb követőszámmal rendelkező influenszerek közreműködésével (fizetett posztokkal) népszerűsítették, továbbá a kereskedelmi gyakorlatot saját, nagy látogatottságú magyar nyelvű www.facebook.com/BrightWhiteHungary, illetve www.instagram.com/brightwhitehungary/

¹⁴⁷ VJ/45-12/2020. számú irat

¹⁴⁸ A kereskedelmi kommunikációra vonatkozó információkat a vizsgálati jelentés 2. számú melléklete tartalmazza.

közösségi média oldalaikon, valamint a www.brightwhite.hu weboldalon, továbbá a www.femcafe.hu oldalon¹⁴⁹ valószínűsítették meg.

260. Megállapítható az is, hogy az új termék forgalmazásának 2021. június 15. napjával történő tiltása után is jelentek meg kereskedelmi kommunikációk, többek között a terméket népszerűsítő Facebook oldalon, illetve e-DM levelek útján, illetve a közösségi médiában és kereső szavas hirdetésként, továbbá a termék a www.brightwhite.shop és a www.brightwhitecoco.hu weboldaltól megrendelhető volt.¹⁵⁰ A weboldalak a magyar mellett román,¹⁵¹ szlovák¹⁵² és cseh¹⁵³ nyelven voltak elérhetők. A magyar, román, cseh és szlovák oldalak ugyanazon IP-címhez tartoznak.¹⁵⁴
261. Az Fttv. mellékletének 9. pontja szerinti tényállások kapcsán a nagykommentár¹⁵⁵ – az Fttv. által átültetett irányelvre vonatkozó iránymutatások alapján – rögzíti, hogy a rendelkezés el kívánja kerülni az olyan helyzeteket, amikor a kereskedő (vállalkozás) anélkül kínál egy terméket vagy szolgáltatást, hogy egyértelműen tájékoztatná a fogyasztót arról, hogy bizonyos jogi rendelkezések korlátozhatják az adott termék értékesítését, birtoklását vagy használatát. A tilalom alá eső gyakorlatok első kategóriájába azok a termékek vagy szolgáltatások tartoznak, amelyek értékesítése tilos vagy minden körülmények között illegális. Ilyen pl. ha a vállalkozás kábítószer, gyermekpornográfia vagy védett egzotikus állatok értékesítését hirdeti. E gyakorlatok vizsgálata egyértelmű, és nem követel külön megfontolást, mivel gyakran bűncselekményekről és/vagy tisztességtelen piaci szereplőkről van szó, és mivel e gyakorlatok általában súlyosan sértik azon egyéb jogszabályokat, amelyek azokat részletesebben tárgyalják és elsőbbséget élveznek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv felett. Az Európai Bizottság által ismertetett példa szerint ez a helyzet, ha a vállalkozás árukat kínál eladásra olyan körülmények között, amikor a fogyasztó a termék megvásárlásával jogszerűen nem válhat azok tulajdonosává, például azért, mert lopott termékekről van szó, és nem áll jogában azokat továbbadni.
262. Az iránymutatás értelmében a gyakorlatok második kategóriája olyan termékeket vagy szolgáltatásokat érint, amelyek önmagukban nem illegálisak ugyan és jogszerűen piacra bocsáthatók és árusíthatók, de csak bizonyos körülmények között és/vagy bizonyos korlátozások mellett, így például az olyan gyógyszertermékek vagy fegyverek, amelyek csak engedély alapján árusíthatók és engedéllyel vásárolhatók (engedély/recept stb.). Ezekben a helyzetekben az Fttv. melléklet 9. pontja alapján a vállalkozások nem kelthetik azt a benyomást, hogy nincs semmiféle jogi korlátja vagy feltétele e termékek vagy szolgáltatások értékesítésének.
263. A hazai joggyakorlatból¹⁵⁶ kiemelendők pl. VJ/67/2013. és VJ/81/2013. versenyfelügyeleti eljárásokban hozott határozatok elvi mondásai, amelyek szerint

¹⁴⁹ Lásd a 2020. november 11-én megjelent cikket „*Otthoni varázslat - így lehet 45 perc 45 árnyalattal fehéren fogsorod mindössze 20 perc alatt*” címmel (<https://www.femcafe.hu/cikkek/fashion-beauty/fogfeherites-otthon-szep-mosoly-brightwhite>)

¹⁵⁰ A kereskedelmi kommunikációra vonatkozó információkat a vizsgálati jelentés 1. és 2. számú melléklete, illetve a VJ/45-131/2020. iktatószámú feljegyzés tartalmazza.

¹⁵¹ <https://www.brightwhite.ro/>

¹⁵² <https://www.brightwhite.sk/>

¹⁵³ <https://www.brightwhite.cz/>

¹⁵⁴ VJ/45-128/2020. iktatószámú feljegyzés

¹⁵⁵ Dr. Zavodnyik József: Nagykommentár a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvényhez

¹⁵⁶ https://www.gvh.hu/pfile/file?path=/jogi_hatter/magyar_piacra_iranyado_szabalyozas/elvi_jelentosegu_dontesek/vt_elvi_jelentosegu_dontesek_fttv_2019&inline=true

- amennyiben megállapítható, hogy a vizsgált időszakban a termék nem volt jogszerűen forgalmazható akár orvostechikai eszközként, akár más termékbesorolás alatt, önmagában attól, hogy azt az eljárás alá vont reklámozta, fennáll az Fttv. mellékletének 9. pontja szerinti kereskedelmi gyakorlat, ami az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdése alapján minden további bizonyítás nélkül tisztességtelennek tekintendő,
- nem pusztán az a termék nem forgalmazható jogszerűen, amely egyáltalán nem forgalmazható a fogyasztók számára, hanem azon termék sem, amely csak bizonyos – a forgalmazókat vagy a fogyasztókat megkötő – korlátok (pl. engedélyek, meghatározott kereskedelmi csatornák) között értékesíthetők, de ezen feltételek nem teljesülnek aktuálisan,
- amennyiben egy vállalkozás bármilyen formában a fogyasztók számára megismerhetővé tesz egy terméket, egyértelműen tájékoztatni kell arról, ha a termék nem forgalmazható (még) vagy a termék forgalmazását bizonyos jogszabályi előírások korlátozzák,
- a tényállás megvalósításához nem szükséges, hogy a termék tényleges forgalmazása, értékesítése megvalósuljon, elegendő, hogy az a kereskedelmi gyakorlatban – így a fogyasztó észlelése szerint forgalmazhatóként – megjelenjen,
- amennyiben egy adott termék forgalmazását a szabályozás feltételhez köti, abban az esetben a termék kereskedelmi gyakorlatban történő megjelenítése esetén a vállalkozást terheli azon kötelezettség, hogy az áru forgalmazhatósága feltételeinek (adott esetben a szükséges engedély) hiányára a fogyasztó figyelmét felhívja egyértelműen, bizonyítható módon, a termék megjelenítésével, népszerűsítésével együtt.

264. A tiltott termék forgalmazásának kérdése jelen ügyben azért merült fel, mert az eljárás alá vontak által forgalmazott termékek (régi és az új termék) nem feleltek meg a termékkategóriára előírt követelményeknek, így a régi termék a NNK 2020. június 30-án kelt 31945-3/2020/KTEF iktatószámú tiltó határozata nyomán 2020. július 20. napjától, az új termék a NNK 2021. június 3-án kelt 33073-2/2021 KTEF iktatószámú tiltó határozata nyomán 2021. július 15. napjától forgalmazástól eltiltott termékként van nyilvántartva (jelenleg is). Az eljárás alá vontak a jelen határozat keltéig a termékkel kapcsolatos hiányosságokat nem pótolták, a megfelelő termékdokumentációval nem rendelkeztek. Mindezek alapján a termék jogszerűen nem volt forgalmazható a szakhatósági határozatok közzétételétől kezdve.

265. Megállapítható továbbá, hogy a harmadik termék kapcsán nem volt azonosítható olyan különbség (a CPNP regisztrációs számon túl), ami alapján kijelenthető lenne annak jogszerű forgalmazása. A vizsgálók 2021. július 2-án próbavásárlást tartottak,¹⁵⁷ amelynek keretében a <https://brightwhite.shop> weboldalon megtalálható termékek közül rendeltek egy 20 alkalmas fogfehérítő szettet annak érdekében, hogy megtudják a termék CPNP regisztrációs számát. A próbaügylet alátámasztotta, hogy nem azonosítható, hogy a forgalmazott termékek melyik CPNP regisztrációs számhoz tartoznak (tehát az sem, hogy azok nem a forgalmazástól eltiltott termékek), így megállapítható, hogy a forgalmazásuk körülménye sem volt jogszerű.

266. A fentiek alapján a legújabb CPNP regisztrációs számú termék (a próbavásárlás alapján, illetve ennek ellentmondó információ hiányában) azonos a 33073-2/2021/KTEF számú, 2021. június 3-án kelt tiltó határozattal érintett termékkel, így az eljáró versenytanács álláspontja szerint az eljárás alá vontak által forgalmazott, hozzájuk, tulajdonosaikhoz vagy ügyvezetőikhez köthető (különböző regisztrációs számú) BrightWhite otthoni fogfehérítő termékek pillanatnyilag jogszerűen nem forgalmazhatóak. Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy jogsértőnek minősülne az a visszaélésszerű magatartás, ha egy piaci szereplő egy forgalmazástól eltiltott

¹⁵⁷ VJ/45-117/2020. és VJ/45-124/2020. számú jegyzőkönyvek és VJ/45-125/2020. számú végzés

terméket más néven, más regisztrációs számmal vagy más vállalkozás nevében jelentene be a szükséges nyilvántartáshoz.

267. Szintén itt említhető, hogy az eljárás alá vontak által megrendelt és bemutatott OGYÉI/970-2/2022. számú, 2022. január 21-i szakvélemény a 3711842 CPNP számú BrightWhite Wireless Teeth Whitening Device otthoni fogfehérítő szett kapcsán is tett olyan kijelentéseket, amelyek mulasztásra utalnak, többek között azt, hogy a „BrightWhite Wireless Teeth Whitening Device otthoni fogfehérítő szett termékinformációs dokumentációjának az 1223/2009/EK rendelet 11. cikk (2) pont követelményeinek való megfeleléséhez szükségesnek tartjuk maradéktalan kiegészítését a részletesen jelzett hiányzó dokumentumokkal.”
268. A három termék (rég, új és a harmadik termék) a fogyasztók számára azonos (önmagában az új CPNP számú regisztrálás pusztán egy adminisztratív intézkedés), így megállapítható, hogy a tiltott termék forgalmazása a NNK első tiltó határozatának véglegessé válásától, 2020. július 20-tól kezdődően áll fenn.
269. Az eljárás alá vont vállalkozások azáltal, hogy a NNK tiltó határozatai ellenére továbbra is forgalmazták és reklámozták a terméket (miközben a rendelkezésre álló információk szerint nincs olyan Bright White márkanevű termék, amely jelenleg jogszerűen és aggálymentesen lenne forgalmazható Magyarországon) 2020. július 20-tól azt a hamis benyomást keltették, hogy az jogszerűen forgalmazható, így megállapítható, hogy az eljárás alá vontak az Fttv. mellékletének 9. pontjában foglalt tényállás megvalósításával megsértették az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglaltakat. Ezen jogsértést az összes 2020. július 20-át követően közzétett vagy folyamatban volt kereskedelmi gyakorlat megvalósította, annak tartalmától függetlenül. Az eljáró versenytanács rendelkezésére álló információk szerint az eljárás alá vontaknak jelenleg nincs kereskedelmi gyakorlata az érintett termékek kapcsán (a második ideiglenes intézkedést követően a fennmaradó magatartásokat is abbahagyták).

VIII.5.2. Szerkesztői tartalomnak álcázott reklám alkalmazása – az Fttv. mellékletének 11. pontja szerinti értékelés

270. Az Fttv. mellékletében foglalt „feketelistás” tényállások esetén nem szükséges a fogyasztó ügyleti döntésének vagy annak a vizsgálata, hogy a kereskedelmi gyakorlat befolyással volt-e az ügyleti döntésre, ugyanis ezen kereskedelmi gyakorlatok a törvény erejénél fogva, minden további feltétel teljesülése nélkül tisztességtelenek.
271. A joggyakorlat¹⁵⁸ szerint az Fttv. rendelkezéseire figyelemmel alapvetően akkor jogszerű a közösségi médiában egy véleményvezér posztjai között megjelenő fizetett tartalom, ha abban egyszerűen, egyértelműen, közérthetően, továbbá jól észlelhetően, hangsúlyosan, a fogyasztók számára szembetűnően és szükségszerűen érzékelhetően megjelenik, hogy az nem egy független, semleges vélemény vagy ajánlás, hanem valamilyen ellenszolgáltatás vagy egyéb közvetlen gazdasági érdek (is) van mögötte, ide értve azokat az eseteket is, amikor az oldal fenntartója, a magánszemély valamilyen kedvezményt, ajándékot vagy szolgáltatást kap a posztért, az ajánlásért cserébe, valamint azt is, ha valaki saját vállalkozását vagy vállalkozásának termékét reklámozza (de ez a kapcsolat nem derül ki a kereskedelmi gyakorlatból, illetve nem is köztudott). Lényeges tehát, hogy a kereskedelmi gyakorlatból (a posztból, videóból magából) egyértelműen derüljön ki, hogy kereskedelmi gyakorlatról, reklámról/fizetett/támogatott tartalomról, azaz a szerkesztett tartalomtól eltérő tartalomról van szó.

¹⁵⁸ VJ/110/2016., VJ/111/2016., VJ/112/2016. számú versenyfelügyeleti eljárások

272. A szerkesztői tartalomnak álcázott reklám közzététele – mint feketelistás tényállás – esetében a bizonyítási teher a GVH-n nyugszik,¹⁵⁹ de csak az alábbi tényállási elemeket szükséges igazolni:
- írott vagy elektronikus médiában
 - szerkesztői tartalom használatára kerül sor
 - a termék értékesítésének előmozdítására úgy, hogy
 - ezért a vállalkozás ellenszolgáltatást nyújtott,
 - ez azonban nem tűnik ki egyértelműen a tartalomból vagy a fogyasztó számára egyértelműen felismerhető képi vagy akusztikus elemekből.
273. A rendelkezésre álló információk alapján az Fttv. melléklet 11. pontjában foglalt magatartás 2016. augusztus 10-től kezdődően az eljárás alá vontakkal együttműködő véleményvezérek egyes kommunikációival, illetve a 2017. június 1-3. és a 2020. november 12-14. közötti időszakokban a femcafe.hu weboldalon megjelenő cikkekkel valósult meg.
274. Az eljárás alá vontak együttműködési szerződéseket csatoltak, amelyekből megállapítható, hogy egyes influenszereknek pénzbeli ellenszolgáltatást nyújtottak, másoknak a terméket biztosították megbízási díjként. A véleményvezérek által a termékkel összefüggésben, az értékesítés előmozdítására saját közösségi (Facebook és/vagy Instagram) oldalukon közzé tett posztok között – különösen a 2018. előtti bejegyzésekben és a kisebb ismertségű személyek esetében nagyobb arányban – megtalálhatóak olyanok (lásd a vizsgálati jelentés 6. számú mellékletét), amelyeken semmilyen módon sincs utalás az influenszer és az eljárás alá vont vállalkozások közötti gazdasági kapcsolatra. A rendelkezésre álló információk, megbízási szerződések alapján azonban megállapítható, hogy a posztok közzétételéért a véleményvezérek valamilyen formában ellenszolgáltatásban részesültek, legyen az pénzbeli ellentételezés, vagy a termék ingyenes biztosítása.
275. A femcafe.hu weboldalon megjelent cikkek kapcsán is megállapítható, hogy azok szintén a termék értékesítésének előmozdítására irányultak. A Netrise Kft. pénzbeli ellentételezést, illetve terméket kapott a cikkek megjelentetéséért. A cikk szponzorált jellegére az alcím végén alig észlelhető (X) jellel próbáltak utalni, azonban ez a megjelölés nehezen észlelhető, illetve a célcsoport jellemzőire is tekintettel a fogyasztók számára nem bír informatív jelleggel, abból nem derül ki egyértelműen az ellenszolgáltatás, illetve a reklámjelleg ténye.
276. Az eljáró versenytanács szerint a fentiek alapján megállapítható, hogy az eljárás alá vont vállalkozások 2016. augusztus 10-től kezdődően az Fttv. mellékletének 11. pontjában foglalt tényállás megvalósításával megsértették az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat azon kommunikációs eszközökkel, ahol nem került feltüntetésre a fizetett tartalom. Az eljáró versenytanács az egyes posztok mintázata alapján megállapította, hogy 2018-tól a nagyobb követőszámmal rendelkező, így feltehetően szervezeten, menedzselten működő influenszerek döntően alkalmazták a #reklám, a #hirdetés vagy a #promóció megjelölést is (bár az is megállapítható, hogy egyszerre akár tucatszáznál is több #-es címkét tartalmazhatnak a posztok az együttműködési szerződéseknek megfelelően).
277. Egyetlen feltárt szerződés sem tartalmazott arra vonatkozóan kitételezt vagy utasítást, hogy a posztok fizetett jellegét közölni kell és hogy milyen módon, így ezen gyakorlat valószínűsíthetően az influenszerek tudatosságán múltott.

¹⁵⁹ Lásd a VJ/90/2015. számú ügyben hozott határozatot

VIII.5.3. A termék összetételére, összetevőire, használatától várható eredményekre és az egészségre gyakorolt hatására vonatkozó állítások – az Fttv. 6. § (1) bekezdésének b) pontja, illetve ba), bg) és bj) alpontjai és az 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdése szerinti értékelés

278. Figyelemmel a jelen versenyfelügyeleti eljárást megelőző panaszra, továbbá arra, hogy a szakhatóság az érintett termékek dokumentációja kapcsán számos hiányosságot azonosított, továbbá a Magyar Fogorvosi Kamara is fogalmazott meg ellenvéleményt (lásd a V.1.2. pontban írtakat is), felmerült, hogy az eljárás alá vontak által alkalmazott állítások nem kellően, nem a jogszabályi előírásoknak megfelelően alátámasztottak.

279. Az Fttv. 14. § értelmében a vállalkozás – az eljáró hatóság felhívására – a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát igazolni köteles, ez vonatkozik a reklámokban közölt információk és a terméknek tulajdonított jellemzők valóságtartalmára is. Kiemelendő, hogy a vállalkozás olyan bizonyítékot köteles a hatóság rendelkezésére bocsátani, ami kétséget kizáróan igazolja, hogy az állítás megfelel a valóságnak.¹⁶⁰ A vizsgálat felhívta az eljárás alá vontakat a jelen pontban értékelt állítások igazolására. Az eljárás alá vontak az egyes állításokat saját nyilatkozataikkal igyekeztek igazolni, sem vizsgálati, sem egyéb eredményeket, kutatásokat vagy más dokumentációt, szakértői értékelés, bizonyítékot nem csatoltak.

280. Lényeges továbbá,¹⁶¹ hogy a tájékoztatás valóságtartalmának igazolását bizonyító iratoknak már a tájékoztatás közreadásakor a piaci szereplő rendelkezésére kell állniuk, egyes állítások igazolása a különös ágazati szabályokhoz igazodik, mivel ezen szabályok alapvetően befolyásolják, hogy a jogszerűen alkalmazható állítások igazolásának milyen módon kell megtörténnie, valamint kozmetikumok esetében is igazolni szükséges a piaci szereplőknek az általuk, illetve érdekükben közzétett állítások valóságtartalmát a fogyasztók és a versenysemlegesség érdekében – különösen igaz ez az olyan szenzitív állítások esetében, mint a különböző betegségek, egészségügyi problémák megelőzését, megoldását, illetve tüneteik kezelését ígérő üzenetek. Nem tekinthető azonban bármely állítás igazoltnak az összetevőkre vonatkozó tanulmányok, szakcikk fel sorolása vagy bemutatása révén a bizonyítékok relevanciájának, illetve az összefüggések ismertetése nélkül, még egykomponensű termékek esetében sem. Ellenkező esetben bármely – adott esetben interneten bárki számára elérhető – tanulmány vagy szakcikk egyetlen mondatára lehetne kereskedelmi gyakorlatot építeni minden egyéb felelősség nélkül. Különösen lényeges továbbá az az elvárás, hogy az egyes állításokat az Fttv. 14. §-a alapján nem a versenyfelügyeleti eljárásra tekintettel, hanem a kereskedelmi gyakorlat közzétételére nézve kell tudni igazolni.

281. Az 1223/2009/EK rendelet alkalmazásakor a kozmetikai termékekről tett állítások indokolásának és a benyújtott bizonyítékoknak az értékelése 655/2013/EU rendelet alkalmazandó, amely rendelet mellékletének 3.1 és 3.2 pontjai szerint a kozmetikai termékekre vonatkozó állításokat megfelelő és ellenőrizhető bizonyítékokkal kell igazolni, az alátámasztó bizonyítékok típusától függetlenül, ideértve szükség esetén a szakértői értékeléseket is, valamint az állításokat alátámasztó bizonyítékoknak figyelembe kell venniük az aktuálisan legkorszerűbb gyakorlatokat.

VIII.5.3.1. A termék összetevőivel, összetételével, így peroxidmentességével, természetes hatóanyag tartalmával, biszfenol (BPA) mentességével kapcsolatos állítások

¹⁶⁰ Lásd a Versenytanács 2020. évi elvi jelentőségű döntéseinek I.14.3. pontját.

https://www.gvh.hu/pfile/file?path=/jogi_hatter/magyar_piacra_iranyado_szabalyozas/elvi_jelentosegu_dontesek/vt_elv_i_jelentosegu_dontesek_fttv_2020

¹⁶¹ Lásd a Versenytanács 2020. évi elvi jelentőségű döntéseinek I.14.1., I.14.6. és I.14.9. pontjait.

282. A természetes hatóanyag tartalom, a peroxid- és a biszfenol (BPA) mentesség a termék lényeges (más termékektől megkülönböztető, adott esetben kategóriaképző) tulajdonságának minősül, a fogyasztó számára azt hangsúlyozza, hogy a termék használata során semmilyen veszélyes (vegyi vagy kémiai) anyag nem juthat a szervezetébe, így az erről szóló tájékoztatás a fogyasztói ügyleti döntést befolyásolhatja.
283. A fenti jellemzők egyrészt az Fttv. 6. § (1) bekezdésének a) pontja alapján a termék természetével kapcsolatos tényezőnek, másrészt az 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdés értelmében a kozmetikai termék tulajdonságainak minősülnek.
284. Az eljárás alá vont vállalkozások a természetes hatóanyag-tartalomra vonatkozó állításokat (pl. „*Natural whitening gel*” elnevezés) 2013. november 5. óta alkalmazzák, azonban a GVH felhívására sem szolgáltatott olyan bizonyítékot, amely ezt az állítást igazolná, illetve ez egyéb forrásokból sem támasztható alá.
285. A korábbiakban kifejtettekre visszautalva, a Magyar Fogorvosi Kamara álláspontja szerint azok a szerek, amelyeket elszínező anyagok eltávolítására használnak, semmilyen formában nem lehetnek neutrálisak, azok nem natúrtermékek, a szervezetre nézve súlyos és életveszélyes mellékhatásokat okozhatnak. A felszabaduló oxigén nem természetes, nem a levegő oxigénmolekulája, hanem úgynevezett szuperoxid molekula, ami egy szabad vegyértékkel rendelkező, reakciókészséges szabadgyök. Ennek természetességét orvosi, illetve orvostechikai cégek soha nem állították, a terméket gyártó kozmetikai cégeknek pedig nincs illetékességük ennek kijelentésére. A kamara álláspontja szerint ez csupán a fogyasztókat megtévesztő marketingeszköz.¹⁶²
286. Az eljárás alá vont vállalkozások a termék népszerűsítésére szolgáló kereskedelmi kommunikációban 2013. október 16. óta alkalmazzák a termék peroxidmentességére vonatkozó állításokat, illetve „non-peroxide” jelölést. A termékek használati útmutatóiban is a termék peroxidmentességét közlik. A 45 perces használati útmutató szerint: „*Hatóanyaga természetes összetevőkből áll és szabad formában nem tartalmaz peroxidot.* A 20 perces használati útmutató úgy fogalmaz, hogy „*hatóanyaga a sodium percarbonate, ami szabad formában nem tartalmaz peroxidot.*”¹⁶³
287. A rendelkezésre álló információk szerint a peroxid ártalmas, roncsoló hatással rendelkezik. A fogfehérítő eszközöket igénybe vevő fogyasztók manapság egyre tudatosabban választanak, olyan termékeket és módszereket priorizálnak, amelyek kíméletesen fejtik ki hatásukat. Sokan aggódnak fogaik biztonsága és egészsége miatt, így a természetes és peroxidmentes fogfehérítést keresik. Az eljárás alá vontak kereskedelmi kommunikációjának egyik kiemelt és fő üzenetét, a termék fő tulajdonságát képezte a peroxidmentességi állítás.
288. Az eljárás alá vont vállalkozások nem szolgáltatott olyan bizonyítékot, ami alátámasztaná, hogy a termék nem tartalmaz peroxidot, ez az állítás egyéb forrásból sem igazolható (sőt, az OGYÉI szakvélemény a termékek biztonságosságát igazoló dokumentációt hiányolta). A termékek használati útmutatói is úgy fogalmaznak, hogy „szabad formában” nem tartalmaz peroxidot. A korábbiakban kifejtettekre visszautalva, a Magyar Fogorvosi Kamara álláspontja szerint attól, mert egy kémiai ágens neve nem tartalmazza a hidrogén-peroxidot, attól még annak

¹⁶² Magyar Fogorvos 2016/5. lapszám 253. oldal

¹⁶³ Az eljáró versenytanács a feltárt használati útmutatókat a jelen ügyben nem tekintette a vizsgált kereskedelmi gyakorlat részének, figyelemmel arra, hogy ezen ügyleti döntésekkel kapcsolatos viszonya nem ismert (feltehetően a fogyasztók ezeket csak szerződéskötés után, azaz az esetleges torzított döntéseket követően ismerik meg), még akkor sem, ha még a szerződéskötés, megrendelés utáni helyzetben is számos ügyleti döntési helyzet, mozzanat felmerülhet: pl. elállás, fogyasztói jogok érvényesítése, használatlaltal kapcsolatos döntések.

bomlása során létrejöhet, amely ugyanolyan veszélyes. A kamara hangsúlyozza, hogy nem létezik peroxidmentes fogfehérítés, ugyanis az erre a célra használt anyagok mindegyikének bomlási végterméke ez az agresszív oxidáló szer.¹⁶⁴

289. Az eljárás alá vont vállalkozások a termék népszerűsítésére szolgáló kereskedelmi kommunikációban 2015. december 28-tól alkalmazzák a „BPA-free” jelölést. A GVH felhívására, hogy igazolják ezen állítás valóságát, az eljárás alá vontak ugyan magyarázat nélkül benyújtottak egy angol nyelvű dokumentumot („Test report” elnevezéssel), ez azonban alkalmatlan volt az állítás igazolására, tekintve, hogy nem a termék BPA tartalmára, hanem szilikon tartalmára vonatkozott. Megállapítható tehát, hogy az eljárás alá vont vállalkozások nem szolgáltatottak olyan bizonyítékot, ami alátámasztaná, hogy a termék valóban BPA-mentes, ahogyan nem fogadható el bizonyítékként az a fordított logikájú előadás sem, hogy a szakhatósági vizsgálatok sem állapították meg, hogy lenne benne.
290. Az eljárás alá vont vállalkozások a termék összetevőivel, természetes hatóanyagával, peroxidmentességével, BPA (biszfenol) mentességével kapcsolatban nem nyújtottak be olyan dokumentációt, egyéb információt, amely az állítások alátámasztására alkalmas lenne. Így tehát az eljárás alá vontak nem tettek eleget az Fttv. 14. §-ban és a 655/2013/EU rendelet mellékletének 3.1 és 3.2 pontjaiban foglalt igazolási kötelezettségüknek, így az általuk alkalmazott tényállítások nem feleltek meg a valóságnak.
291. A fentiek alapján a vizsgált kereskedelmi gyakorlat az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdése értelmében valótlán információt tartalmaz a termék természetével illetően, valamint az állítások az 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdése szerint olyan megszövegezést jelentenek, amelyek olyan tulajdonságok meglétére utalnak, amelyekkel az adott termék nem rendelkezik.
292. A rendelkezésre álló információk alapján tehát megállapítható, hogy az eljárás alá vont vállalkozások, mivel semmilyen módon nem igazolták vagy támasztották alá az általuk alkalmazott, a termék lényeges tulajdonságaival (lásd a vizsgálati jelentés 48-54. pontjait is) kapcsolatos állításokat, amelyek így alkalmasak voltak arra, hogy a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készítsék, amelyet egyébként nem hozott volna meg. Mindezek alapján az eljáró versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont vállalkozások a fenti magatartásukkal az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontja ba) alpontjának megvalósításával megsértették az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat és megsértették az 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdésében foglaltakat.

VIII.5.3.2. A termék használatától várható eredményekkel, így gyorsaságával, fehérítő képességével kapcsolatos állítások

293. Egy termék lényeges tulajdonságának minősül, hogy mennyire gyorsan és eredményesen fejti ki hatását, azaz hogy egy fogfehérítő termék milyen (mértékű) fehérítő képességgel rendelkezik. Az eredményességgel, gyorsasággal, fehérítő hatással kapcsolatos állítások a fogyasztók számára azt üzenik, hogy a termék mennyire hasznos, mennyire „megéri” használatuk, így ezek a tájékoztatások a fogyasztói üzleti döntést befolyásolhatják.
294. A fenti jellemzők egyrészt az Fttv. 6. § (1) bekezdésének bg) alpontja szerinti (alkalmassággal, a használatától várható eredményekkel, előnnyel kapcsolatos) tényezőnek, másrészt az 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdés értelmében a kozmetikai termék tulajdonságainak minősülnek.
295. Az eljárás alá vont vállalkozások a termék népszerűsítésére szolgáló kereskedelmi gyakorlatban 2013. november 5. óta alkalmazznak olyan állításokat, amelyek a termék fehérítő

¹⁶⁴ Magyar Fogorvos 2016/5. lapszám 253. oldal

képességét hangsúlyozzák, mint a termék lényeges tulajdonsága. Ezen állítások tekintetében az évek során csak annyi változás figyelhető meg, hogy különböző hatóidők kerültek feltüntetésre. A fogfehérítő termékek tekintetében a fehérítő képesség, mint eredményesség a termék egyik leglényegesebb tulajdonságának tekinthető. Azon fogyasztók képezik a termékek célcsoportját, akik nem elégedettek fogaik színével, azokon fehéríteni kívánnak, így a rövid idő alatt látványos eredményt ígérő termékek alkalmasak a fogyasztói figyelem felkeltésére, illetve hatással lehetnek az ügyleti döntésre, vagyis meggyőzhetik a fogyasztót arról, hogy az adott terméket vásárolja meg.

296. Az eljárás alá vontak az általuk alkalmazott, a termék használatától várható eredményekkel, gyorsaságával, fehérítő képességével kapcsolatos állításokra vonatkozóan nem nyújtottak be azokat igazoló vagy alátámasztó dokumentumokat. Így ezen állítások alkalmasak arra, hogy a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítsék, amelyet egyébként nem hozott volna meg. Az eljáró versenytanács így a rendelkezésre álló információk alapján megállapította, hogy eljárás alá vont vállalkozások a 2013. november 5. óta a fenti állításokkal az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontja bg) alpontjának megvalósításával megsértették az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat és megvalósították az 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdésében foglaltakat.

VIII.5.3.3. A termék egészségre gyakorolt hatásával, vagyis a biztonságos és a fogakat nem roncsoló tulajdonságával kapcsolatos állítások

297. Az eljáró versenytanács kiemeli, hogy a GVH feladata a tényállás tisztázása körében az, hogy elemezze, hogy a fogyasztóknak szóló tájékoztatásokban megfogalmazott állítások az egészségre vonatkoznak, illetve utalnak-e, nem feladata azonban a különböző hatóságok által lefolytatott vizsgálatokat megismételve, szakértői bizonyítás lefolytatása a termék egészségre gyakorolt hatását illetően.¹⁶⁵
298. Elöljáróban tisztázni szükséges, hogy mi tekintendő egészségre ható állításnak. Azon állítások tartoznak ide, amelyek az emberi szervezet normál állapotának fenntartására, javítására, működésének fokozására, a természetes, de negatív folyamatok lassítására vagy megakadályozására vonatkoznak. A fogazat az emberi szervezet részének tekinthető, ezért a fogak szerkezeti összetételének, állapotának fenntartására vonatkozóan tett állítások egészségre ható állításként értelmezendők. Tekintve, hogy a termékkel kapcsolatban a fogfehérítés során a fogakat nem roncsoló és biztonságos hatásra vonatkozó állításokat alkalmaztak az eljárás alá vontak, ezen állítások egyértelműen megfelelnek az egészségre ható állítás kategóriájának.
299. A termék lényeges (megkülönböztető) tulajdonságának minősül, hogy az biztonságos és a fogakat nem roncsolja, ezen üzenetek a fogyasztók számára azt hangsúlyozzák, hogy a termék használata során semmilyen kedvezőtlen, egészségre irányuló hatástól nem kell tartani (szemben más versenytársi termékekkel, amelyek azonban roncsolhatják a fogakat, kockázatosak lehetnek), így ezen tájékoztatások a fogyasztói ügyleti döntést befolyásolhatják.
300. Az eljáró versenytanács azt is megállapította, hogy a fenti jellemzők egyrészt az Fttv. 6. § (1) bekezdésének bj) alpontja alapján a termék egészségre gyakorolt hatásával kapcsolatos tényezőnek, másrészt az 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdés értelmében a kozmetikai termék tulajdonságainak minősülnek.
301. Az eljárás alá vont vállalkozások a termék népszerűsítésére szolgáló kereskedelmi kommunikációban 2017. december 24. óta alkalmazzák a fenti, egészséggel kapcsolatos állításokat. Az alkalmazott állítások mind arra utalnak, hogy olyan termékről van szó, amely egyáltalán nem káros az egészségre. Az állításokban szinte kivétel nélkül megjelenő

¹⁶⁵ VJ/100/2013. számú ügyben született I.14.7. számú elvi mondás

peroxidmentességet is az eljárás alá vontak a fogfehérítést követő negatív hatások elmaradásával azonosították.

302. Az eljárás alá vont vállalkozások nem szolgáltatottak olyan bizonyítékokat, dokumentációkat, amelyek alkalmasak lennének arra, hogy igazolják a termék biztonságosságát és fogakat nem roncsoló hatását, ezért az eljáró versenytanács megállapította, hogy a 2017. december 24. óta alkalmazott fenti, egészséggel kapcsolatos állításokkal az eljárás alá vontak az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontja bj) alpontjának megvalósításával megsértették az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat és megvalósították az 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdésében foglaltakat.

VIII.5.4. A termék piacelsőségeire vonatkozó állítás – az Fttv. 6. § (1) bekezdésének b) pontja szerinti értékelés

303. A GVH következetes gyakorlata értelmében a vállalkozáshoz vagy termékhez kötődő tulajdonságnak az állítás teljes ideje alatt igaznak és pontosnak kell lennie, mivel csak ilyen körülmények között lehet az adott jelző használata objektíven megalapozott. Mivel a fogyasztókhoz eljuttatott információk valóságtartalmát minden esetben a közreadójának kell igazolnia, a fogyasztók figyelmének felhívását és döntéseik befolyásolását célzó, illetve azt eredményező felsőfokú jelző, azon belül a piacelsőségi állítás megalapozottságát is az azt alkalmazó vállalkozásnak kell bizonyítania.
304. A piacelsőséget, mint abszolút elsőbbséget kifejező felsőfokú jelző megalapozottságát a vállalkozásnak valamennyi versenytárral, illetve versenyző termékkel szemben tudnia kell bizonyítani. Akkor jogszerű a piacelsőségi állítás, ha a vállalkozás a kommunikáció közzétételkor – és nem utóbb – rendelkezik mindazokkal az objektív adatokkal, amelyek a fogyasztókhoz intézett állítást hitelesen igazolják.
305. A GVH gyakorlata szerint jogsértést követ el a vállalkozás, ha magáról vagy termékéről olyan felsőfokú jelzöt állít, amelyet nem tud hitelt érdemlően, objektív módon bizonyítani. Különösen fontos ez az elvárás a piacelsőségi állítások esetén, amelyek erős tartalmat hordoznak, így alkalmasak lehetnek arra, hogy a fogyasztókat az ügyleti döntésük során befolyásolják. A piacelsőségi állítások jellegüknél fogva különösen alkalmasak az ügyleti döntés befolyásolására, mivel azt az üzenetet közvetítik, hogy a vállalkozás terméke valamely jellemző tulajdonsága (jelen esetben peroxidmentessége és otthoni használata) miatt valamennyi versenytársához képest kiténik az érintett piacon. Piacelsőséget sugalló kifejezést csak abban az esetben lehet alkalmazni, ha annak valóságtartalmát a reklámozó független adatokkal igazolja, és nem hárítható át a fogyasztóra annak felelőssége és feladata, hogy az állítás valóságnak való megfelelését ellenőrizze. Jogsértő, ha a felsőfokú állítások független, objektív megalapozása nem áll fenn. A független adatokkal való alátámasztás hiányában a vállalkozás állításának saját adatbázissal és módszerrel való megalapozása csak akkor fogadható el, ha a felsőfokú állítás bizonyításának módszere, a felhasznált adatok gyűjtése, összegzése, összevetése egyértelműen megfelelő.
306. A piacelsőségi állítás a termék lényeges tulajdonságának tekintendő, ugyanis, mint az a Health Point kutatásából¹⁶⁶ kitűnik, a fogyasztók számára fontos tényező, és szívesebben is választanak olyan terméket, amivel kapcsolatban másnak már jó tapasztalatai vannak. Ezáltal az állítás alkalmas volt arra, hogy a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítse, amelyet egyébként nem hozott volna meg.
307. A rendelkezésre álló információk alapján megállapítható, hogy az eljárás alá vont vállalkozások a termék népszerűsítésére irányuló kereskedelmi kommunikációban 2013. október

¹⁶⁶ VJ/45-181/2020. számú adatszolgáltatás

12-től kezdődően alkalmaztak piacelsőségre vonatkozó állítást („A BrightWhite Európa 1. peroxidmentes otthoni fogfehérítő rendszere!”, „Világújdonság”), amelyet a saját maguk által végzett piackutatásra alapoztak. A Whitening Solutions és a SOMNUS Investment úgy nyilatkozott, hogy 2013-ban alapos piackutatás¹⁶⁷ után megállapították, hogy nincs ilyen jellegű LED lámpás peroxidmentes otthoni fogfehérítő készlet, ami ilyen módon van értékesítve a felhasználók felé.¹⁶⁸ Az abszolút elsőbbséget kifejező jelző jogszerű használatának alátámasztására és igazolására semmilyen dokumentációt nem szolgáltatottak (még a saját piackutatásuk eredményeit sem), nem igazolták objektív módon és hitelt érdemlően az állításban foglaltak valóságát. Az eljáró versenytanács megjegyzi továbbá, hogy a piacelsőségi állítások esetében az időszerűség is követelmény, továbbá az eljárás alá vontak kommunikációja és a hivatkozott 2013. évi, saját maguk által végzett felmérés között abban a tekintetben is ellentmondás van, hogy nem egyértelmű, hogy európai, nemzetközi vagy hazai elsőiségről van szó, továbbá az elsőségnek további specifikációját is lenyilatkozták az eljárás alá vontak a felmérés kapcsán (értékesítési módszer), amely nem része a kommunikációnak.

308. A fentiek alapján az alkalmazott piacelsőségi állításokat nem igazolták az eljárás alá vontak, így azok valótlannak bizonyultak az Fttv. 14. §-ára is tekintettel. Figyelemmel arra, hogy az érintett termék piaci pozíciója annak bevezetésekor és a későbbiekben is az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontja szerinti lényeges jellemző, így a fentiek alapján az eljáró versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont vállalkozások az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontjának megvalósításával megsértették az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat ezen – igazolatlan – állítások alkalmazásával.

VIII.5.5. A terméknek egy létező szervezet általi jóváhagyását keltő jelzések alkalmazása – az Fttv. 6. § (1) bekezdésének h) pontja szerinti értékelés

309. A terméknek egy létező szervezet általi jóváhagyását keltő jelzések alkalmazása megalapozottan alakítja ki azt a képzetet a fogyasztóban, hogy a terméket egy valódi szervezet vagy hatóság jogszabályban meghatározott vizsgálatokat, értékeléseket követően jóváhagyta, megerősítette annak hatékonyságát, minőségét vagy jogszerűségét. Fontos azonban megjegyezni, hogy kozmetikai termékek esetén ilyen engedélyezési procedúráról nem lehet beszélni, a CPNP rendszerben csupán a termék regisztrációja, bejelentése történik, amely érdemi vizsgálatot nem jelent – erről azonban az átlagos fogyasztónak életszerűen nincsen tudomása, hiszen nem várható el, hogy ágazati szabályokkal és eljárásrendekkel tisztában legyen.
310. A rendelkezésre álló információk alapján megállapítható, hogy az eljárás alá vontak a termék népszerűsítésére szolgáló kereskedelmi gyakorlatuk keretében, a honlapjukon az American Dental Association (ADA) jelzést 2014. április 7-től, az „EU-Compliant” jelzést 2015. május 2-től alkalmazták. Az eljárás alá vont vállalkozások úgy nyilatkoztak, hogy az „EU-Compliant” jelzést a gyártó honlapjáról töltötték le, az „ADA” jelzést pedig azért tüntették fel, mert a gyártó tagja a szervezetnek, ezért szintén a honlapjáról töltötték le azt. Tehát megállapítható, hogy ezen jelzéseket hozzájárulás nélkül, önmaguktól, felhatalmazás nélkül alkalmazták.
311. A fenti megkülönböztető jelölések azonban (a fogyasztói üzenet, lehetséges értelmezés ellenére) nem jelentik a termék kontrollját, jóváhagyását, illetve nincsenek is összefüggésben az érintett termékekkel, hiszen egyrészt nincs olyan minősítés, amely az európai jogszabályoknak vagy egyéb elvárásoknak, sztenderdeknek való megfelelést („EU-Compliant”) igazolná, másrészt

¹⁶⁷ Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a piackutatás a jelen esetben valószínűsíthetően valamiféle piaci keresést, áttekintést jelenthetett, nem pedig egy szabványos, módszeres piackutatást.

¹⁶⁸ VJ/45-35/2020. 8. pont

a gyártó ADA tagsága sem értelmezhető akként, hogy az ADA, mint szakmai szervezet a terméket értékelte, esetleg minősítette volna.

312. A két jelölés az Fttv. 6. § (1) bekezdésének h) pontja szerint, a termék jóváhagyására vonatkozó állításnak, illetve jelzésnek minősül a fogyasztói észlelés, értelmezés alapján, így a fogyasztók ebben a termékben jobban bízhatnak azon fogfehérítésre kínált termékekhez, szolgáltatásokhoz képest, amelyek esetében ilyen minősítés, jelölés, bizalmi elem nem jelenik meg. Az eljárás alá vontak által alkalmazott, semmilyen módon nem igazolt, nem alátámasztott, bizalmi állítások tehát alkalmasak voltak arra, hogy a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítsék, amelyet egyébként nem hozott volna meg.
313. Az eljáró versenytanács megállapította a fentiek alapján, hogy az eljárás alá vontak nem csatoltak dokumentációt, illetve egyéb bizonyítékot, hogy a terméket ezen szervezetek jóváhagyták, a jelzés feltüntetéséhez hozzájárultak, illetve hogy ezeket egyébként bármilyen más okból jogszerűen és a fogyasztói értelmezés alapján alkalmazzák, ezáltal nem tettek eleget az Fttv. 14. §-ban foglalt kötelezettségüknek, így a tényállítás nem felelt meg a valóságnak. Az eljáró versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont vállalkozások az Fttv. 6. § (1) bekezdés h) pontjának megvalósításával megsértették az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat a 2014. április 7-től alkalmazott American Dental Association (ADA) és a 2015. május 2-től alkalmazott „EU-Compliant” jelzéssel.

VIII.5.6. Negatív fogyasztói vélemények szűrése – az Fttv. 3. § (2) bekezdése szerinti értékelés

314. Az Fttv. 3. § (2) bekezdése körében két körülményt szükséges értékelni. Egyrészt az értékelendő, hogy az eljárás alá vont magatartása megfelelt-e a szakmai gondosság követelményének, másrészt az, hogy ezen magatartása alkalmas volt-e a fogyasztók ügyleti döntésének befolyásolására. A szakmai gondosság követelményének a sérelme tehát akkor vezet jogsértéshez, ha az érzékelhetően rontja az érintett fogyasztó lehetőségét az áruval kapcsolatos, a szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti vagy készítheti, amelyet egyébként nem hozott volna meg.¹⁶⁹
315. A szakmai gondosság követelményén belül az vizsgálendő, hogy az érintett vállalkozás a vizsgált kereskedelmi gyakorlat kialakítása, megvalósítása során
- az észszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve
 - a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelő gondossággal jár-e el.
316. Egyértelműen megállapítható, hogy nem az elvárható szakmai gondosságnak megfelelően jár el az a vállalkozás, amely a fogyasztókkal szemben megvalósított kereskedelmi gyakorlatának tanúsítása során figyelmen kívül hagyja a lehetséges fogyasztói értelmezést, illetve a kereskedelmi gyakorlattal összefüggésben ismertté váló fogyasztói érdeksérelmekre hivatkozó észrevételeket, panaszokat. A jóhiszeműség és a tisztesség alapelveinek megfelelő gyakorlatra való törekvés pedig akkor állapítható meg, ha az legalább a fogyasztók által is érzékelt szándék szintjén megjelenik és ehhez kapcsolódóan valamilyen tényleges és érdemi intézkedésben testet is ölt.
317. A jelen ügyben kiemелendő, hogy olyan termékről, kozmetikumról van szó, amely egyébként is számos bizalmi jellemzővel bír, alapvetően bizalmi termék, hiszen a fogyasztó még a használatot követően sem tudnak teljes biztonsággal meggyőződni arról, hogy a terméknek pontosan milyen hatása van, mennyire biztonságos. Erre való tekintettel a fogyasztók számára különösen fontos,

¹⁶⁹ Lásd a VJ/38/2018. számú versenyfelügyeleti eljárásban hozott határozatot.

hogy mások milyen – hosszabb és rövidebb távú – tapasztalattal, véleménnyel rendelkeznek a termékkel vagy a forgalmazóval kapcsolatban.

318. Általánosságban elmondható, hogy felismerve a fogyasztói vélemények, visszajelzések jelentőségét a piaci szereplők (adott esetben további vállalkozások, szoftverek, egyéb technológiák igénybevétele) egyre gyakrabban teszik lehetővé egyrészt a vélemények, megjegyzések megosztását, másrészt azok megismerését (összesítve vagy egyenként). Erre való tekintettel azonban az is megállapítható, hogy a piaci szereplők tisztában vannak a fogyasztói vélemények más fogyasztókra gyakorolt hatásával. A fogyasztói vélemények bármilyen irányú torzítása, manipulálása a szakmai gondosság (a jóhiszeműség alapelveinek) sérelmét vetheti fel.
319. A rendelkezésre álló információk alapján megállapítható, hogy az eljárás alá vont vállalkozások 2013. november 5-től kezdődően alkalmaztak a weboldalukon kommentekre vonatkozóan moderálást. A véleményyszűrések nem általánosságban tiltottak a piaci tevékenységet végző vállalkozások, a honlapokat, webáruházakat- vagy egyéb, közösségi média aloldalakat üzemeltető piaci szereplők körében, azonban a moderálást a vállalkozásnak a szakmai gondosság követelményének megfelelően kell végeznie (transzparensen, illetve az összképet nem torzító módon). Ezen követelménynek való megfelelést biztosíthatja például egy, a fogyasztók számára is hozzáférhető kommentmoderálási útmutató, azzal, hogy egy ilyen szabályzat, eljárásrend sem „legitimizálja” a torzító hatású moderálást, pusztán transzparenciát biztosít és tájékoztatást ad a kommentelő, véleményformáló fogyasztóknak (pl. arról, hogy a trágár kifejezések, a durva hangnem vagy a személyeskedés nem engedhető meg).
320. A szakmai gondosság követelményébe tartozik tehát, hogy a vállalkozás a moderálása során a fogyasztók számára is előre kiszámíthatóan, következetesen, előre megadott szabályok alapján, diszkriminációmentesen járjon el.¹⁷⁰ Ennek a követelménynek a gyakorlatban a fogyasztók számára előre hozzáférhető, megismerhető kommentmoderálási szabályzat felelhet meg, továbbá ahhoz, hogy szakszerű és részrehajlás nélküli tartalomközlés valósuljon meg, egy adott weboldal moderátorának az igazságosság, a proaktivitás és az átláthatóság szempontja szerint kell eljárnia, nem törölheti egyoldalúan a számára nem tetsző kommenteket.
321. Jelen versenyfelügyeleti eljárásban az eljárás alá vont vállalkozások a weboldalon megjelenő véleményekkel kapcsolatban alkalmaztak szűrést, elmondásuk szerint a hamis, trágár, negatív véleményeket törölték. Ugyanakkor nem jelölték meg azokat a konkrét szempontokat, melyeket a moderálás során figyelembe vesznek, továbbá moderálási útmutatóval, szabályzattal sem rendelkeznek. A weboldalon olvasható vélemények áttekintését követően továbbá egyértelművé válik, hogy azok kivétel nélkül pozitív színben tüntetik fel, illetve dicsérik a terméket. A weboldalon megállapítható a negatív visszajelzések hiánya, amely a kedvezőtlen fogyasztói vélemények moderálására, szűrésére utal.
322. A vizsgálat annak érdekében, hogy a véleményyszűrésről megbizonyosodjon, 2020. december 3-án két negatív hangvétellű (nem trágár) kommentet helyezett el a weboldalon, amely hozzászólásokat a rendszer továbbította jóváhagyásra. A vizsgálat visszajelzései azonban nem kerültek megjelenítésre az oldalon, ugyanakkor a 2020. december 3-át követően tett pozitív vélemények olvashatók voltak az oldalon. Mindeközben az is megállapítható egy másik vizsgálói gyűjtésből (lásd a 103. pontot), hogy léteznek negatív fogyasztói visszajelzések a termékkel kapcsolatban, ugyanakkor ezek csak más, az eljárás alá vont vállalkozásoktól teljesen független oldalakon jelennek meg. Tekintettel ezen adatokra és arra a tényre, hogy a vizsgálat által hagyott két negatív hozzászólás a termék weboldalán nem került jóváhagyásra, megállapítható, hogy a

¹⁷⁰https://icpen.org/sites/default/files/2017-06/ICPEN-ORE_Guidelines%20for%20Traders%20and%20Marketers-JUN2016.pdf

weboldalon a vélemény szekcióban a terméket nem pozitív színben feltüntető visszajelzéseket nem teszik közzé. Ez a kommentmoderálási gyakorlat nincs összhangban azzal a jóhiszeműség és tisztesség alapelveként megfelelően elvárható szakmai gondossággal, amelynek gyakorlása észszerűen elvárható egy értékesítési céllal tevékenykedő piaci szereplőtől.

323. A negatívabb hangvételű vélemények törlése révén a fogyasztói vélemények összességükben torzítottan jelennek meg a felületen, miközben az érdeklődők számára nem válik ismertté ezen tény, így nem bízhatnak a kiegyensúlyozott fogyasztói visszajelzésekben. Ezzel a magatartással az eljárás alá vontak megfosztják a fogyasztókat attól, hogy megismerjék a termékről kialakult, eltérő álláspontokat, tapasztalatokat, így a fogyasztó azt hiheti, hogy a termékről kizárólag pozitív vélemények, értékelések születtek, ami alkalmas arra, hogy befolyásolja a fogyasztó üzleti döntését, hiszen, ha a fogyasztó az összes valós véleményt, kommentet ismerhette volna (melyek eredménytelenségről, sőt a használatot követő kellemetlen mellékhatásokról is beszámolnak a feltárt bizonyítékok alapján), akár más döntést is hozhatott volna a termékkel kapcsolatban.
324. Egyébiránt az eljárás alá vontak nem igazolták, hogy a vélemények szűrését milyen tényekre alapozták, arra hivatkoztak, hogy kizárólag a versenytársak hírnévrontó, illetve más személyek trágár bejegyzéseit törölték, de ezt semmivel sem támasztották alá, illetve a rendelkezésre álló információk alapján egyéb negatív véleményeket is törölték.
325. A fentiekre tekintettel az eljáró versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vontak a kedvezőtlen fogyasztói visszajelzések törlésével, a vélemények moderálásával a fogyasztók üzleti döntésének torzítására alkalmas módon megsértették a szakmai gondosság követelményét, így az Fttv. 3. § (2) bekezdésében foglalt tényállás megvalósításával megsértették az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat.

VIII.5.7. Gazdasági érdekeltség feltüntetésének hiánya – az Fttv. 3. § (2) bekezdése szerinti értékelés

326. A rendelkezésre álló információk alapján megállapítható, hogy az influencerszer marketing útján történő reklámozás a termék népszerűsítésére szolgáló kereskedelmi kommunikáció egyik kiemelt pillérét jelentette. A terméket a vizsgálattal érintett évek során számos kisebb-nagyobb követőbázissal rendelkező véleményvezér közreműködésével is népszerűsítették. Az influencerszer posztokra történő hivatkozás mind a termék weboldalának nyitó oldalán megjelent,¹⁷¹ mind a termék első Facebook és Instagram oldalán és az azokhoz kapcsolódó hirdetésekben napi szinten előfordult. A véleményvezérek a tartalmakat saját Facebook és/vagy Instagram oldalaihoz tették közzé.¹⁷²
327. A posztok jellemzően olyan fényképpel jelentek meg, amelyen a véleményvezér a terméket éppen használja, vagy a használatot követő eredményt, a rikítóan fehér fogakat mutatja be. A posztok szövegei általában a termék peroxidmentességét, egyszerű, kényelmes és más tevékenységekkel párhuzamosan is végezhető használatát, a gyors, fájdalommentes és látványos eredményt, valamint a fehér és ápolt fogak fontosságát, és az elérhető árat hangsúlyozzák, illetve a termékre vonatkozó aktuális akcióra hívják fel a figyelmet.
328. A véleményvezérek annak érdekében, hogy elégedettségüket kifejezzék, gyakran kiemelték, hogy a terméket már több alkalommal, vagy akár évek óta visszatérően alkalmazzák (a szerződéseknek megfelelően). A posztok mellett minden esetben bejelölésre került a termék saját Instagram és/vagy első Facebook oldala, amely mellett a legtöbb esetben a következő hashtag is szerepelt különböző kombinációkban: #brightwhite, #brightwhitehungary, #fogfeherites,

¹⁷¹ Lásd pl. a VJ/45-193/2020. számú vizsgálati jelentés 3. számú mellékletének 46. oldalát („Ők már használták”)

¹⁷² VJ/45-193/2020. számú vizsgálati jelentés 6. és 9. számú mellékletei

#otthonifogfeherites, #fajdalommentes, #biztonsagos, #gyors, #peroxidmentes, #fajdalommentesfogfeherites, #magabiztosmosoly, #fogfeherito, #peroxidmentesfogfehérítés, #mosolyogymagabiztosan, #feherfogak, #mosoly, #mosolygós, #fogfehérítés, #brightwhitehu, #fogfehérítő (szintén az együttműködési szerződéseknek megfelelően).

329. A nagyobb követő bázissal rendelkező influenszerek túlnyomó része a saját közösségi oldalán 2018-tól (bár erre a szerződések nem tértek ki) utalt a poszt szponzorált jellegére és feltüntette a #reklám, #hirdetés, #fizetett együttműködés feliratokat (lásd a vizsgálati jelentés 6. számú mellékletét). Azonban az eljárás alá vontak által kezelt, a termék Instagram és első Facebook oldalának üzenőfalán és a kapcsolódó hirdetésekben közzétett influencerszer posztokban a fizetett jellegre történő utalás nem jelenik meg (akkor sem, ha a megosztott bejegyzésben igen), hanem az eljárás alá vontak a „Köszönjük újra a bizalmat”, „Köszönjük a bizalmat”, „Köszönjük újra” szlogeneket társítják a posztokhoz (lásd a vizsgálati jelentés¹⁷³ 7. és 11. számú mellékletét, illetve a jelen határozat IV.1.4. pontját is).
330. A rendelkezésre álló információk alapján megállapítható, hogy az eljárás alá vontak kereskedelmi kommunikációja hangsúlyosan épül arra, hogy gazdasági érdekeltségen alapuló, szponzorált posztokat független véleményként tüntet fel, amely magatartás a jóhiszeműség és a tisztesség követelményébe ütközik.
331. A következetes versenyjogi gyakorlat alapján a vizsgált kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki észszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el. A reklámok valóságtartalmában fenntartás nélkül megbízó fogyasztó racionális fogyasztónak minősül. Az a fogyasztó is észszerűen jár el, aki nem kételkedik a reklámok által nyújtott tájékoztatásban, a reklámozó szavahihetőségében, hanem a reklámokat egy észszerűen költséghatékony tájékoztatósi folyamatban az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében bízva kezeli. Az észszerűen eljáró fogyasztótól nem azt kell elvárni, hogy ellenőrizze a reklámokban szereplő információ helytállóságát. A reklám egyik funkciója éppen az, hogy a vállalkozás és a fogyasztó között meglévő információs aszimmetria feloldására költséghatékony megoldásokat keres, s ezek között – számára költségmegtakarítást eredményezően – a fogyasztó valóságosnak, pontosnak fogadja el a vállalkozás nyújtotta tájékoztatást, történjék az bármilyen formában.
332. A jelen versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált gyakorlat vonatkozásában nem elvárható a fogyasztóktól (és nem is életszerű), hogy az eljárás alá vontak saját közösségi oldalain, hirdetéseiben megjelent információkat ellenőrizzék, a mögöttes gazdasági kapcsolatot, érdekeltséget feltárják, adott esetben felkeressék a véleményvezér saját közösségi oldalát és megkeressék a posztját annak érdekében, hogy tájékoztódjanak a poszt indítatásáról.
333. A kozmetikai termékek, így az otthoni fogfehérítő termékek esetén a márka iránti bizalom kialakítása kiemelkedő jelentőséggel bír, mint ahogy azt a Nielsen és a Health Point felmérései is alátámasztják. A fogyasztók számára fontos, hogy olyan terméket vásároljanak, amivel kapcsolatban másnak (különösen egy általuk kedvelt, követett vagy csodált személynek) már jó tapasztalatai voltak.¹⁷⁴
334. A fogyasztói magatartás torzítására is alkalmas az eljárás alá vontak azon gyakorlata, hogy a gazdasági érdekeltségen alapuló átvett posztok esetében a köszönetnyilvánítás a hangsúlyos, amely a fogyasztóban a termék és a BrightWhite márka iránti szimpátiát és bizalmat erősíti. Mindezekre tekintettel megállapítható, hogy a fogyasztó nincs a termékkel kapcsolatos, fogyasztói döntéshez szükséges információ birtokában. Így a kereskedelmi gyakorlat alkalmas arra, hogy a

¹⁷³ VJ/45-193/2020. számú vizsgálati jelentés

¹⁷⁴ VJ/45-181/2020. számú adatszolgáltatás

fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítse, amelyet egyébként nem hozott volna meg.

335. A rendelkezésre álló információk alapján tehát az eljáró versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont vállalkozások az Fttv. 3. § (2) bekezdésében foglalt tényállás megvalósításával megsértették az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat, amikor a velük együttműködő véleményvezérek posztjai úgy emelték át (saját oldalaira), hogy nem tették egyértelművé a kapcsolat gazdasági jellegét.

VIII.6. Az eljáró versenytanács megjegyzései az eljárás alá vontak előzetes álláspontra tett észrevételei kapcsán

336. Az eljárás alá vontak előzetes álláspontra tett észrevételei kapcsán az eljáró versenytanács a következőket kívánja megjegyezni. Általánosságban elsődlegesen azt szükséges kiemelni, hogy a versenyfelügyeleti eljárás során, a vizsgálat felhívására az Fttv. 14. §-ára figyelemmel az eljárás alá vontaknak azt kellett volna igazolniuk, hogy az egyes állításokat, az azokat alkalmazó időszakban végig, így a kezdetén is jogszerűen, az ágazati szabályoknak is megfelelően, a szükséges mértékben igazolt módon alkalmazták. Az eljárás alá vontak azonban védekezésüket alapvetően arra alapozták, hogy a szakhatósági vizsgálatok alapján mikor tiltották el a forgalmazástól a termékeket, így ezen időszakot megelőzően tett állítások jogszerűek lehetnek (továbbá hogy valójában eltérő termékeket forgalmaztak más számon). Ezzel kapcsolatban az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a forgalmazástól való eltiltás alapvető oka éppen azon minimálisan elvárt dokumentáció jelentősebb hiányossága, amely a jelen ügyben vizsgált állítások egy részét is igazolni lett volna hivatott (és amely bizonyítékokra építve az eljárás alá vontak megkezdhetnék volna kommunikációjukat a forgalmazás kezdetén), továbbá nem várható el a fogyasztóktól a márkán belüli (egyébként nem bizonyítottan eltérő) termékek elhatárolása, ha azok a kereskedelmi gyakorlatban sem kerülnek elhatárolásra.
337. Az eljárás alá vontak által csatolt, OGYÉI/970-2/2022. számú, 2022. január 21-i szakvélemény a BrightWhite Wireless Teeth Whitening Device otthoni fogfehérítő szett kapcsán újabb hiányosságokat, kifogásokat azonosított és további javaslatokat fogalmazott meg, valamint egyes állítások („biztonságosan és fájdalommentesen”, „hófehér mosolyod”, „vakítóan hófehér mosolyod”) jogsértő voltára hívta fel a figyelmet, így annak tartalma az eljárás alá vontak számára kedvező módon, az egyes állítások utólagos igazolására sem lenne alkalmas.
338. Az eljárás alá vontak azon nyilatkozata kapcsán, hogy „teljes bizonyítóerővel bíró magánokiratban nyilatkoztak arról, hogy a terméket a piacfelügyeleti hatóság döntésének megfelelően nem forgalmazzák tovább, ennek megfelelően nem állították azt, vagy keltették azt a látszatot, hogy a termék jogszerűen forgalmazható”, az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a fentiek ellenére, ahogyan az a jelen határozat tényállási részében, valamint a VJ/45-29/2020. és a VJ/45-160/2020. számú végzésekben is bemutatásra került, a márkát a vállalkozások továbbra is népszerűsítették és azt sem tudták bemutatni, hogy a forgalmazott termékek eltérnek a korábban forgalmazástól és reklámozástól eltiltottaktól.
339. Azzal az eljáró versenytanács is egyetért, hogy a termék a forgalmazására irányadó szabályoknak való nem megfelelését a piacfelügyeleti hatóság döntése deklarálja, éppen ezért az Fttv. mellékletének 9. pontja szerinti sérelem is csak ezen döntést (a forgalmazástól való eltiltást) követően állapítható meg, ami azonban azt nem befolyásolja, hogy egyéb tekintetben, a nem igazolt vagy egyéb módon sérelmes állításokkal, kommunikációval jogsértő volt a márka kereskedelmi gyakorlata.
340. Iratellenes az eljárás alá vontak azon nyilatkozata, hogy közösségi médiában szereplő posztjaik nem valósították meg az Fttv. mellékletének 11. pontjában foglaltakat, tekintettel arra,

hogy a tárgyi posztok, megjelenítések ellenérték és üzleti partner megjelenítése nélkül voltak láthatóak, nem reklámnak, hanem személyes indíttatásból, magáncélból megosztott tartalomnak minősülnek. A rendelkezésre álló (a jelen határozat tényállási részében bemutatott, illetve hivatkozott) szerződések és ügynökségi, illetve véleményvezéri nyilatkozatok éppen az ellenkezőjét igazolják részletesen dokumentált módon.

341. Az eljáró versenytanács szerint nem releváns és nem is értelmezhető az eljárás alá vontak azon nyilatkozata, hogy nem sértették meg az Fttv. és az 1223/2009/EK rendelet hivatkozott rendelkezéseit, tekintettel arra, hogy a termékben található anyagok természetes állapotukban előfordulnak, illetve hogy a piacfelügyeleti hatóság döntésének közléséig a termékben csak engedélyezett anyag került felhasználásra, hiszen éppen ezen állítást kellett volna igazolnia, miközben önmagában a forgalmazás nem bizonyítéka a jogszerűségnek és a piacfelügyeleti hatóság olyan termékeket (és dokumentációt) vizsgált, amelyek forgalomban voltak.
342. Azon előadás sem releváns, hogy az OGYÉI szakvéleményei közül egyik sem említi, hogy a termékek biszfenolt tartalmazzak, így az eljárás alá vontak bizonyítottan vélik a biszfenolmentességet, hiszen nem is ezen állítás vagy tartalom képezte a szakhatósági vizsgálat tárgyát, továbbá a vizsgált állítás (2015-ben kezdődő) alkalmazását egyébként sem igazolhatná egy évvel későbbi bizonyíték, hiszen a bizonyítékoknak az adott kereskedelmi gyakorlat idején kell rendelkezésre állnia, továbbá az eljárás alá vont az Fttv. 14. §-a szerinti felhívás ellenére érdemi bizonyítékot (lásd a vonatkozó értékelést) nem nyújtott be.
343. Szintén nem értelmezhető azon állítás, hogy a peroxid tartalom az aktív peroxid tartalomra vonatkozik, mivel az egyes állítások lehetséges fogyasztói értelmezése számít az egyes állítások értékelése körébe, a vizsgált kereskedelmi gyakorlatokban pedig nem jelenik meg az eljárás alá vontak által hivatkozott elhatárolás. Továbbá az eljárás alá vontak nem mutatták be, pusztán közvetetten hivatkozták ezt a korlátozást és annak eljárás alá vontak általi értelmezését.
344. Az eljáró versenytanács nem ért egyet az eljárás alá vontak egészségre vonatkozó állítások tartalmának értelmezésével, különösen pedig azzal nem, hogy *„egészségre ható állításról a szájhygiéné-elősegítése, betegségek kezelése, állapotának javítása, megelőzése”* esetén lehetne beszélni, hiszen a joggyakorlat értelmében ezen típusú állítások gyógyhatás-állítások lettek volna, amelyeknél az igazolási sztenderd eleve sokkal magasabb fokú.
345. Az eljáró versenytanács szerint egyáltalán nem releváns és védekezésként nem is érthető az eljárás alá vontak azon előadása, hogy a szakvélemények ugyan hiányosságokat állapítanak meg a termékek dokumentációját illetően, de nem mondják ki egyértelműen azt, hogy a termék a fogakat roncsolja, továbbá hogy azt, hogy a termék nem tekinthető teljesen bizonyítottan biztonságosnak, csak a 2020. június 30-án kelt határozat mondja ki, azonban a termék 2017. december 24-én az akkori hatályos 1223/2009/EK rendelet szabályainak értelmében még nem tartalmazott tiltott anyagot, a termék jogszerűen volt forgalomban és került használatra, így a fogakat nem roncsoló állítás alkalmazásának félrevezető mivolta nem bizonyítható 2017. december 24-től, csakis az NNK mint piacfelügyeleti hatóság jogsértést megállapító határozatának közlésének napjától. Az eljáró versenytanács szerint ugyanis a szakhatóság egy aktuálisan forgalmazott termékről állapított meg hiányosságokat és ugyan az elfogadható, hogy a tiltott reklámozás csak ezen határozatokat követően állapítható meg, de az egyes állításokat a közzétételük idejére nézve kell a piaci szereplőknek (az ágazati szabályozás keretei között) bizonyítania, miközben a hivatkozott szakvélemények alapján eleve megkérdőjelezhető, hogy utóbb mit lehetne bizonyítani egy hiányos dokumentációjú termék kapcsán. Továbbá az, hogy nem bizonyított a roncsoló hatás nem jelenti azt, hogy a roncsoló hatás hiánya bizonyított lenne: a kereskedelmi gyakorlat közzevetője viseli az állítások igazolásával járó felelősséget.

346. Szintén nem releváns az eljárás alá vontak azon védekezése, hogy a szakhatóság csak a 3616562 CPNP számú termék tekintetében mondta ki, hogy annak fehéritő hatása nem bizonyított és a vállalatcsoport által 2020. július 29-ig forgalmazott, 1540619 CPNP regisztrációs azonosító számú termék 2019. május 23-ig még jogszerűen tartalmazott nátrium perborátot, amely nem aktív formában tartalmaz peroxidot és amelynek fogfehéritő hatása bizonyított, ugyanis a joggyakorlat és logikai következtetések alapján

- az eljárás alá vontaknak az alkalmazott állításokat kellett volna igazolniuk az adott időszak egészére és az érintett időszakban forgalmazott termékekre nézve, miközben a kereskedelmi gyakorlatban a CPNP számok nem (vagy csak korlátozottan) jelentek meg és a fogyasztóktól nem is várható el azok ellenőrzése, így a fogyasztói tudatban való esetleges elhatárolás sem bizonyítható,
- nem jelent bizonyítékot, hogy később egy (a fogyasztók számára kérdésesen elhatárolható) másik termékre a szakhatóság a bizonyítatlanságot megállapította (ami ellenben alátámasztja azt, hogy az adott termékre vonatkozó állítás nem bizonyított az Fttv. körében sem),
- az, hogy többszörös szakhatósági jelzések ellenére másfél év alatt nem sikerült az eljárás alá vontaknak rendezni a márka dokumentációját, a termékek forgalmazhatóságát nem tudták tisztázni, önmagában azt igazolja, hogy a termékkel kapcsolatos kommunikáció a forgalmazás kezdetétől problémás lehetett, ugyanis ha aktuálisan hiányos a dokumentáció, akkor az korábban, az egyes állítások megkezdésekor sem volt hiánytalan,
- az, hogy valamely bejelentés köteles termék nyilvántartásba került még sem a termék kapcsán alkalmazott állításokat nem igazolja, sem a forgalmazás és a kereskedelmi gyakorlat jogszerűségét nem támasztja alá, ellenben amennyiben a jogszerűen bejelentett termékre vonatkozóan a – termékhez tartozó dokumentációra alapozott – szakmai ellenőrzés hiányosságot állapít meg, az a hiányosság korábban is fennállhatott, aminek a kockázatát a piaci szereplőknek kell viselniük,
- a piaci szereplők a termékekkel (elhatárolásokkal, dokumentációkkal, engedélyekkel, hatósági döntésekkel stb.) kapcsolatos bizonytalanságokat, kockázatokat nem háríthatják át a fogyasztókra.

347. A piacelsőségi állítás kapcsán általánosságban rögzíthető továbbá, hogy ha a kereskedelmi gyakorlat kezdetekor az eljárás alá vontak igazoltan végeztek volna dokumentált, formális felmérést a piaci kínálattal kapcsolatban (az összes specifikumot is figyelembe véve), az nem feltétlenül lett volna elégséges a teljes kommunikációs időszakra és minden értelmezésre nézve. Az eljárás alá vontak az állítást folyamatosan és nemcsak a bevezetés 2013. évi időpontjára nézve alkalmazták, így a változó piaci viszonyokra is tekintettel folyamatosan ellenőrizni kellett volna és bizonytalanság esetén abbahagyni az alkalmazást. Ebben a körben szükséges megjegyezni, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlatban az eljárás alá vontak hivatkozásánál (pl. értékesítés módja) kevésbé specifikus állítások láthatóak, így azok fogyasztók általi azonos értelmezése eleve is kérdéses.

348. Nem fogadható el bizonyítékként a jelen ügyben vizsgált egyes állítások kapcsán a termék gyártójának internetes honlapján közzétett nyilatkozata, különösen nem azért, mert az eljárás alá vontak által is szükségszerűen ismert lehet az európai szabályozás terjedelme és elvárható, hogy csak olyan bizalmi elemeket alkalmazzanak kommunikációjuk során, amelyek valódiak és valós tartalmat hordoznak a fogyasztók számára is.

349. Nem értett egyet az eljáró versenytanács azon állásponttal sem, hogy csak az Fttv. 2022. május 28-án hatályba lépő módosítása alapján lenne értékelhető a negatív vélemények szűrése

tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatként (ellenben ezen időpontot követően az eljáró versenytanács szerint kevesebb tényállási elem figyelembe vételével, azaz végső soron könnyebben lehet megállapítható a jogsértés, ha egy piaci szereplő a moderálási gyakorlatát nem teszi transzparenssé) és az sem érthető, hogy a fogyasztói magatartás torzítása a termékekkel kapcsolatos forgalmazói tájékoztatással miért lehetett kiküszöbölhető, hiszen ezen tájékoztatásokra jellemzően a szerződéskötést követően, azaz az ügyleti döntési folyamat végén került sor, illetve az eljáró versenytanács szerint a kereskedelmi gyakorlat számos jogsértő állítást tartalmazott.

IX.

Összegzés és a jogkövetkezmények

IX.1. A döntés

350. Az eljáró versenytanács az eljárás alá vont kötelezettségvállalási nyilatkozatát annak kidolgozatlansága és egyéb hiányosságai miatt értékelni nem tudta sem a jogszabályi keretek között, sem az irányadó, a Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének 1/2018. számú, a Tptv. 75. §-a szerinti kötelezettségvállalásról szóló közlemény alapján, azonban azt is kiemeli az eljáró versenytanács, hogy a jelen ügyben (figyelemmel az ideiglenes intézkedésekre, az eljárás alá vontak együttműködésének jelentős hiányosságaira, illetve a jogsértések terjedelmére is) egyébként sem tudott volna kötelezettségvállalást elfogadni, különös tekintettel arra is, hogy a forgalmazással és a márka dokumentációjával kapcsolatos aggályok továbbra is fennállnak. A jelen versenyfelügyeleti eljárás kötelezettségvállalással történő lezárásával elérhető előnyökhöz képest ugyanis indokoltabb a közérdeket ért sérelem jellege, súlya miatt a tényállás teljes körű tisztázása és adott magatartások jogi minősítése, a jogsértés megállapítása és bírság kiszabása.

351. Az eljáró versenytanács tehát megállapította, hogy a Whitening Solutions, a SOMNUS Investment, az Online Trading Solutions és a Brightwhite Teeth Whitening eljárás alá vont vállalkozások a BrightWhite fogfehérítő rendszer népszerűsítése során (a második ideiglenes intézkedésig) tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsítottak azáltal, hogy

- 2020. július 20-tól tiltott termék forgalmazásával megvalósították az Fttv. mellékletének 9. pontját, megsértve ezzel az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat,
- 2016. augusztus 10-től szerkesztői tartalomnak álcázott reklám alkalmazásával megvalósították az Fttv. mellékletének 11. pontját, megsértve ezzel az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat,
- 2013. november 5-től a természetes hatóanyag tartalomra vonatkozó állításokkal megvalósították az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontjának ba) alpontját, megsértve ezzel az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat és az 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdését,
- 2013. október 16-tól a peroxidmentességre vonatkozó állításokkal megvalósították az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontjának ba) alpontját, megsértve ezzel az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat és megsértették az 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdését,
- 2015. december 28-tól a biszfenol (BPA) mentességre vonatkozó jelölés alkalmazásával megvalósították az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontjának ba) alpontját, megsértve ezzel az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat és megsértették az 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdését,
- 2017. december 24-től a termék egészségre gyakorolt hatásával, így biztonságos és a fogakat nem roncsoló tulajdonságára vonatkozó állítás alkalmazásával megvalósították az Fttv. 6. §

(1) bekezdés b) pontjának bj) alpontját, megsértve ezzel az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat és megsértették az 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdését,

- 2013. november 5-től a termék használatától várható eredményekkel, így gyorsaságával, fehéritő képességével kapcsolatos állítás alkalmazásával megvalósították az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontjának bg) alpontját, megsértve ezzel az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat és megsértették az 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdését,
- 2013. október 12-től a termékre vonatkozó piacelsőségi állítás alkalmazásával megvalósították az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontját, megsértve ezzel az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat,
- 2015. május 2-től az EU-Compliant jelzés, 2014. április 7-től az American Dental Association (ADA) jelzés használatával megvalósították az Fttv. 6. § (1) bekezdés h) pontját, megsértve ezzel az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat,
- 2013. november 5-től a negatív fogyasztói vélemények szűrésével kapcsolatos gyakorlatukkal megvalósították az Fttv. 3. § (2) bekezdésében foglaltakat, megsértve ezzel az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat,
- 2016. szeptember 6-tól a terméket ajánló személyek és az eljárás alá vont vállalkozások közötti gazdasági érdekeltség eljárás alá vontak közösségi oldalain történő feltüntetésének hiánya vonatkozásában megvalósították az Fttv. 3. § (2) bekezdésében foglaltakat, megsértve ezzel az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat.

IX.2. Az eljárás alá vontakkal szemben kiszabott bírság

352. Jelen versenyfelügyeleti eljárásban sérelmezett magatartások folytatásának eltiltása nem indokolt tekintettel arra, hogy a vizsgálattal érintett közösségi média platformok, weboldalak és kereskedelmi kommunikációk jelenleg a rendelkezésre álló információk szerint nem elérhetőek, azonban figyelemmel a jogsértés jellegére, súlyára és az érintett piacra, a generális és speciális célokra, az eljáró versenytanács a jogsértés megállapításán túlmenően a Tptv. 76. § (1) bekezdés k) pontja és a Tptv. 78. § (1) bekezdés a) pontja alapján bírság kiszabását is indokoltnak tartotta az eljárás alá vont vállalkozásokkal szemben.

353. Tekintettel arra, hogy az eljárás alá vontak esetében (figyelemmel két eljárás alá vont esetében a vállalkozáscsoportra, illetve mind a négy vállalkozás esetében a munkatársak, az ügyvezetés és a tulajdonosok időszakos átfedéseire, a gazdasági kapcsolatok rendszerére) egyértelműen nem határozható el, hogy mely időszakban melyik cég, kinek az érdekeltségében és hogyan vett részt az érintett termék forgalmazásában és népszerűsítésében, illetve a kereskedelmi gyakorlat közzétételében, a marketing szerződések megkötésében és közvetítésében, ezért az eljáró versenytanács egységesen a feltárt, jogsértő kereskedelmi gyakorlat ismert költségeiből kiindulva

- a Whitening Solutions és a SOMNUS Investment esetében vállalkozáscsoport szintű bírságmaximum figyelembevételével, egy összegben, egyetemlegesen,
- az Online Trading Solutions és a Brightwhite Teeth Whitening esetében (figyelemmel arra is, hogy a rendelkezésre álló információk szerint ezen vállalkozások bevételei is mind az érintett termékek forgalmazásából vagy kapcsolódó tevékenységből származtak) a legutolsó lezárt gazdasági évben elért (illetve becsült) nettó értékesítési árbevételük figyelembevételével

meghatározott és megfizetendő versenyfelügyeleti bírság kiszabását tartotta indokoltnak.

354. Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a figyelmeztetés törvényi korlátai nem állnak fenn a jelen ügyben a Tpv. 76. §-a és 78. §-a alapján,¹⁷⁵ az eljáró versenytanács azonban arra a megállapításra jutott, számos tényezőt mérlegelve, hogy a sérelmezett magatartások terjedelme, az érintett jogsértések száma és a gyakorlat kiterjedtsége miatt, valamint azon körülményre tekintettel, hogy nem pusztán a két szakhatósági tiltást, de az eljáró versenytanács ideiglenes intézkedéseit követően sem fejezték be az eljárás alá vontak haladéktalanul a termékek forgalmazását és népszerűsítését, így az együttműködés eredménytelenségére is tekintettel a figyelmeztetés intézményét a jelen ügyben nem tartja alkalmazhatónak.
355. Az eljáró versenytanács utal a Fővárosi Törvényszék (a VJ/65/2016. számú versenyfelügyeleti eljárás elleni perben hozott) 13.K.700.112/2018/13. ítéletére, mely szerint míg a KKVtv. 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 Tpv. ettől eltérő szabálya a figyelmeztetés alkalmazásáról való döntést az eljáró hatóság mérlegelési jogkörébe utalja.
356. A Tpv. 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.
357. 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.
358. A 2021. április végén kiegészített, a Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének a fogyasztóvédelmi típusú ügyekben kiszabott bírság meghatározásának szempontjairól szóló 12/2017. közleménye¹⁷⁶ (a továbbiakban: Bírságközlemény) részletezi azokat a szempontokat, amelyek alapján az eljáró versenytanács meghatározza – a Tpv. 78. §-ára tekintettel – az Fttv. és a Tpv. III. fejezete, illetve valamennyi, az Fttv. eljárási szabályaira visszautaló, ezen szabályokra tekintettel alkalmazandó és a GVH hatáskörébe tartozó – fogyasztók és üzletfelek tisztességes tájékoztatását szabályozó – jogszabályi rendelkezések megsértése miatt indított ügyekben kiszabott versenyfelügyeleti bírság mértékét.

¹⁷⁵ Tpv. 76. § (1) bekezdés l) pont: Az eljáró versenytanács határozatában a 78. § (8) bekezdése szerinti figyelmeztetést alkalmazhatja arra vonatkozó kötelezettség előírása mellett, hogy az ügyfél alakítson ki a versenyjogi előírásoknak megfelelést és jogsértés megelőzését biztosító belső eljárásrendet.

78. § (8) A kis- és középvállalkozásokról, fejlődésük támogatásáról szóló 2004. évi XXXIV. törvény szerinti kis- vagy középvállalkozással (a továbbiakban: kis- vagy középvállalkozás) szemben az első esetben előforduló jogsértés esetén - kivéve az Európai Unió jogába való ütközés esetét - bírság kiszabása helyett az eljáró versenytanács figyelmeztetést is alkalmazhat.

(9) Nincs lehetőség a (8) bekezdés alapján a bírságtól való eltekintésre, ha

a) a jogsértés közbeszerzési eljárás során árák rögzítésére vagy a piac felosztására irányuló megállapodás kötésében, vagy összehangolt magatartás tanúsításában nyilvánul meg, vagy

b) a jogsértésre a személyeknek koruk, hiszékenyséjük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportjához tartozó személlyel szemben került sor.

¹⁷⁶ Egységes szerkezetben az azt módosító 1/2021. közleménnyel.

359. 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.

360. A Bírságközlemény 16. pontja értelmében a bírság összegének megállapítása során a Versenytanács főszabályként a jogsértő kereskedelmi kommunikáció igazolt (nettó) költségéből indul ki. A jelen ügyben összesen 700 millió Ft-ot meghaladó költséget azonosított a megkeresett harmadik felek, közzetevők által megadott adatok alapján a GVH (lásd a jelen határozat 51. pontját), így az eljáró versenytanács 700 millió Ft-os kiinduló összegről döntött az eljárás alá vontak esetében. Figyelemmel arra, hogy a rendelkezésre álló adatok alapján az időbeli eltérések mellett is a négy eljárás alá vont aktivitása, érintettsége és érdekeltsége azonos volt, így ezen összeg negyedét, 175 millió Ft-ot vett kiinduló összegként az eljáró versenytanács mind a négy eljárás alá vont esetében (azzal, hogy a Whitening Solution és a SOMNUS Investment esetében az egyetemleges kiszabás miatt a kiinduló összeg 350 millió Ft). Ezen összegekből való kiindulást a II.2. pontbeli reklám- és médiaköltség adatok, valamint az eljárás alá vontak forgalmának, bevételeinek alakulása és egyéb aktivitása is alátámasztja.

361. A vizsgálati jelentés 10. számú mellékletében összesített megjelenési költségek ([ÜZLETI TITOK] Ft Instagramon való reklámozásért, [ÜZLETI TITOK] Ft Facebookon való reklámozásért, összesen [ÜZLETI TITOK] Ft a FemCafe oldalon megjelent cikkekért, továbbá a feltárt szerződések alapján összesen [ÜZLETI TITOK] Ft kifizetés az influenszerek felé) kapcsán az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy ezen összeg mint kiinduló alap azért is megfelelő, nem eltúlzott, mert

- az összes feltárt kommunikáció tartalmaz legalább egy jogsértő állítást (jellemzően többet is), illetve megvalósít minimum egy tényállást,
- ezen összesítés nem tartalmazza az influenszereknek biztosított termékek ellenértékét, amely tételek szintén a kereskedelmi gyakorlat költségének minősülnek,
- az összesítés nem tartalmazza azon eszközök költségét sem, amelyek közvetlen, elhatárolható költséget nem jelentenek (így a saját weboldal, Facebook és Instagram oldal, e-DM levelek mint kereskedelmi gyakorlat közvetett költségei) a vállalkozások működésében,

miközben ezen tényezők tovább növelhetnék a tényleges költségeket, így a kiinduló összeg mértékét. Az eljáró versenytanács azonban nem tartotta indokoltnak a fenti összeg további növelését, hiszen ahogyan az látható a későbbiekben, a bírságplafont – még milliós nagyságrendű kerekítéssel is – így is jelentősen meghaladó tételekről van szó.

362. Lényeges továbbá, hogy egyik eljárás alá vont sem vitatta a 700 millió Ft-os nagyságrendű megjelenési költségeket, csak a bírság mértékét kérték csökkenteni. A jogi képviselővel eljáró eljárás alá vontak sem kérték a versenyfelügyeleti eljárás nem betekinthező, mások üzleti titkát tartalmazó irataiba való betekintést.

363. A kiinduló összegek fentiek szerinti meghatározását követően kerül sor az alapösszegek kiszámítására, ami a jogsértés súlyát, hatását és a vállalkozás jogsértéshez való viszonyulását kifejező súlyosító és enyhítő körülmények figyelembevételére ad lehetőséget. Ennek keretében értékeli az eljáró versenytanács különösen a Tpv. 78. § (3) bekezdésében példálózó módon felsorolt szempontokat, így például a vállalkozás magatartásának felróhatóságát, a fogyasztói

érdekek sérelmének a körét, a jogsértés kiterjedtségét. A súlyosító és enyhítő körülmények egyes kategóriáihoz az eljáró versenytanács súlyt is rendel, megjelölve, hogy az adott szempontot kis, közepes vagy kiemelt mértékűnek (jelentőségűnek) tartja az érintett ügyben, az érintett magatartás és az érintett eljárás alá vont vállalkozás vonatkozásában.

364. Az eljáró versenytanács a jelen ügyben az alábbi két, kiemelt (egyenként azonos) mértékű súlyosító körülményt azonosította minden eljárás alá vont tekintetében:

- az érintett termék bizalmi, információs korrekcióra a fogyasztónak a sérelmezett magatartások többségénél nincs lehetősége, hiszen a szakmai szabályokat vagy a forgalmazás jellemzőit nem ismeri (lásd a Bírságközlemény 30. pontját),
- a kifogásolt jogsértések az eljárás alá vontaknak nagy fokban felróhatóak, figyelemmel arra, hogy az eljárás alá vontak szakmai, ágazati tájékoztatási követelményeket is megsértettek, a magatartásokat folytatták a hatósági döntéseket (OGYÉI szakvéleményeket, NNK határozatokat és a GVH ideiglenes intézkedéseit) követően is, illetve egyszerre több jogsértést is megvalósítottak, ami azt mutatja, hogy nem elszigetelt esetről van szó (lásd a Bírságközlemény 38. és 41. pontját).

365. Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy az eljárás alá vontak bizalmi termék mint közgazdasági fogalom értelmezésével kapcsolatos álláspontja téves, így a bírság kapcsán tett érv sem foghat helyt. Bizalmi termékről, illetve termékjellemzőről akkor beszélhetünk, ha ezen jellemző (pl. hatás) ellenőrzésére, a meggyőződésre nem előzetesen (mint a keresési termékeknél) vagy utóbb, a használat során (mint a tapasztalati termékeknél) kerülhet sor, hanem (alapvetően) nincs erre módja a fogyasztónak, azaz csak remélheti, bízhat benne, hogy a várt kedvező jellemző tényleges. Ezért is különösen fontos, hogy a piaci szereplők (tudományosan, hitelesen) igazolni tudják ezen, a kereskedelmi gyakorlat által megfogalmazott ígérek miatt várt hatást.

366. Nem osztja az eljáró versenytanács az eljárás alá vontak felróhatóság kapcsán tett észrevételeit sem, hiszen tényszerűen bemutatásra került a versenyfelügyeleti eljárás során (és emiatt voltak az ideiglenes intézkedések is indokoltak), hogy az eltiltást követően is folytatódott a márka kereskedelmi gyakorlata, továbbá számos jogsértő, bizonyítatlan (vagy éppen bizonyítottan valótlan) állítást alkalmaztak a márka kapcsán az eljárás alá vontak.

367. Az eljáró versenytanács a jelen ügyben enyhítő körülményt nem azonosított, ilyenre egyik eljárás alá vont sem hivatkozott.

368. A súlyosító körülményekre, azok súlyára és az enyhítő körülmények hiányára figyelemmel a bírság kalkulált alapösszegei a kiinduló összegeknél minden eljárás alá vont esetében mintegy felével magasabbak lettek: a Whitening Solutions és a SOMNUS Investment esetében 525.000.000 Ft, az Online Trading Solutions és a Brightwhite Teeth Whitening esetében pedig egyenként 262.500.000 Ft.

369. Az alapösszeg kiszámítását követően kerül sor a jogsértés esetleges ismétlődésének, a jogsértéssel elért előnynek, az elrettentő hatásnak és a Tpv. 78. §-ában meghatározott bírság maximumának a figyelembe vételére. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a fenti összegek korrekciós módosítása, növelése (részben az eljárás alá vontak KKV minősége miatt) nem indokolt, továbbá nem ismert, hogy az eljárás alá vontak visszaesők lennének vagy különösebb, számszerűsíthető, fogyasztói kárból közvetlenül származó előnyt realizáltak volna.

370. Az eljáró versenytanács a bírság tekintetében a Whitening Solutions és a SOMNUS Investment esetében vállalkozáscsoportként az eljárás alá vontakon túl a CarPort Lease Kft. és a VITA-PACK Élelmiszerfeldolgozó Bt. vállalkozásokat azonosította. A vállalkozások összesített nettó értékesítési bevétele 2020-ra nézve 178.484.000 Ft (lásd a 33. pontot). Ezen összeg alapján

kalkulált, vállalkozáscsoportra vetített törvényi bírságmaximum 17.848.400 Ft. A kalkulált bírság 525.000.000 Ft összege jelentősen meghaladja a plafont, így az eljáró versenytanács végül a vállalkozáscsoport szintű bírságmaximumnak megfelelő 17.848.400 Ft-os egyetemleges bírságösszeget határozott meg a Whitening Solutions és a SOMNUS Investment esetében.

371. A kalkulált bírság 262.500.000 Ft-os összege jelentősen meghaladja a 2020. évi árbevétel 10%-át az Online Trading Solutions (18.025.000 Ft 10%-a) és a becsült bevételű Brightwhite Teeth Whitening (25.970.000 Ft 10%-a) esetében is, így ezen vállalkozásokkal szemben is a törvényi bírságmaximumnak megfelelő bírságot, azaz 1.802.500 Ft-ot, illetve 2.597.000 Ft-ot szabott ki az eljáró versenytanács.
372. A fentiek szerinti összegek az eljáró versenytanács szerint a Tpv. 78. § (3) bekezdésével is összhangban vannak. Egyik eljárás alá vont sem adott elő olyan körülményt, nyilatkozatot, amely a Bírságközlemény VI. A vállalkozás együttműködésének figyelembevétele című része alapján bírságcsökkentőként valamilyen módon figyelembe vehető lett volna, bár az eljáró versenytanács ezen együttműködési lehetőségekre is felhívta előzetes álláspontjában a részben jogi képviselővel eljáró eljárás alá vontak figyelmét.
373. Az eljárás alá vontak észrevételeikben konkrétumok nélkül, általánosságban kérték figyelembe venni, hogy működésüket veszélyezteti a tervezett magas bírság, azonban ezt a nyilatkozatot egyéb információ hiányában nem tudta az eljáró versenytanács figyelembe venni a kalkuláció során, arra is tekintettel, hogy az eljárás alá vontak esetében kiszabható bírságmaximumok a bevételek visszaesése miatt egyébként is érdemben csökkentek és jelentős mértékben alulmúlják a kalkulált (tervezett) bírságot.
374. Az eljáró versenytanács felhívja az eljárás alá vontak figyelmét a Tpv. 62/C. §-ára, melynek (1) bekezdése alapján, ha a kötelezés jellege megengedi, részletekben történő teljesítés is megállapítható. A (2) bekezdés szerint a kötelezett a teljesítési határidő lejárta előtt benyújtott kérelmében annak igazolásával kérheti a kötelezettséget megállapító döntést hozó eljáró versenytanácstól a pénzfizetési kötelezettség teljesítésére halasztás vagy a részletekben történő teljesítés (fizetési kedvezmény) engedélyezését, hogy rajta kívül álló ok lehetetlenné teszi a határidőre való teljesítést, vagy az számára aránytalan nehézséget jelentene.

X.

Egyéb eljárési kérdések

X.1. Egyéb kötelezettek tájékoztatása

375. Figyelemmel arra, hogy a VJ/45-29/2020. és a VJ/45-160/2020. számú ideiglenes intézkedések keretében elrendelt kötelezések a jelen versenyfelügyeleti eljárást lezáró döntés véglegessé válásáig szólnak [és a Tpvt. 72/A. § (6) bekezdése alapján az ideiglenes intézkedés külön rendelkezés nélkül is hatályát veszti a versenyfelügyeleti eljárást befejező határozat vagy végzés véglegessé válásával a törvény erejénél fogva], így az ügyzáró érdemi döntés érinti az eljárás alá vontakon kívüli kötelezetteket is, ezért a Tpvt. 46. § (1) és (2) bekezdései alapján a döntést a GVH közli a VJ/45-29/2020. és a VJ/45-160/2020. számú végzések további kötelezettjeivel is.

X.2. Eljárási költség

376. A versenyfelügyeleti eljárásban a 2021. július 2-án végrehajtott próbavásárlás¹⁷⁷ során 28.980 Ft eljárási költség keletkezett.¹⁷⁸ A Tpvt. 62/B. § (4) bekezdése alapján a Tpvt. 67. § (2), (6), illetve (9) bekezdése alapján indított versenyfelügyeleti eljárásban felmerült eljárási költség viselésére jogsértő magatartás megállapítása esetén a jogsértést megvalósító ügyfelet kell kötelezni. Ha több vállalkozás együttesen valósította meg a jogsértést, az eljárási költség megfizetéséért egyetemlegesen felelnek.

377. A jelen ügyben tehát az eljáró versenytanács az eljárás alá vontakat egyetemlegesen kötelezte a versenyfelügyeleti eljárás során keletkezett 28.980 Ft eljárási költség megfizetésére. A Tpvt. 84/D. § (1) bekezdése szerint a teljesítési határidőben meg nem fizetett eljárási költség, valamint a meg nem fizetett eljárási költség után felszámítandó és meg nem fizetett késedelmi pótlék végrehajtását a GVH foganatosítja.

378. A Tpvt. 62/B. § (10) bekezdése alapján az eljárási költség meghatározására, az eljárási költség előlegezésére és az eljárási költség viseléséről való döntésre az Ákr. rendelkezéseit kell alkalmazni. Az Ákr. 81. § (1) bekezdés szerint a döntés tartalmazza a rendelkező részt a felmerült eljárási költséggel együtt. Az Ákr. 112. § (2) bekezdésének k) pontja alapján önálló jogorvoslatnak van helye az eljárási költség megállapításával és viselésével kapcsolatos végzés ellen.

X.3. A határozat végrehajtása

379. A bírságnak a Magyar Államkincstár 10032000-01037557-000000000 számú Versenyfelügyeleti Bírságszámlája javára történő befizetésekor a közlemény rovatban feltüntetendő az eljárás alá vont neve, a versenyfelügyeleti eljárás száma, a befizetés jogcíme (versenyfelügyeleti bírság).

380. A Tpvt. 62/C. § (1) bekezdés alapján, ha a kötelezés jellege megengedi, részletekben történő teljesítés is megállapítható. A (2) bekezdés szerint a kötelezett a teljesítési határidő lejárta előtt benyújtott kérelmében annak igazolásával kérheti a kötelezettséget megállapító döntést hozó vizsgálótól, illetve eljáró versenytanácstól a pénzfizetési kötelezettség teljesítésére halasztás vagy a részletekben történő teljesítés (a továbbiakban együtt: fizetési kedvezmény) engedélyezését, hogy rajta kívül álló ok lehetetlenné teszi a határidőre való teljesítést, vagy az számára aránytalan nehézséget jelentene. A (3) bekezdés alapján a fizetési kedvezményre vonatkozó szabályokat kell megfelelően alkalmazni meghatározott cselekmény teljesítésére irányuló kötelezettség esetén is. A (4) bekezdés szerint pedig a teljesítési határidő lejárta után az ügyfél - feltéve, hogy a

¹⁷⁷ VJ/45-117/2020. számú irat

¹⁷⁸ VJ/45-117/2020. számú irat és számla

végrehajtást még nem rendelték el - a (2) bekezdésben meghatározott okból igazolási kérelem egyidejű benyújtásával kérhet fizetési kedvezményt. Ha az eljáró versenytanács elutasítja az igazolási kérelmet és a fizetési kedvezmény iránti kérelmet, egyidejűleg dönt a végrehajtás elrendeléséről is.

381. A Tpvt. XII/A. fejezete rendelkezik a GVH döntésének végrehajtásáról. A Tpvt. 84/A. § alapján a végrehajtásra a fejezetben nem szabályozott kérdésekben az Ákr. rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni.
382. A Tpvt. 84/C. §-a 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.
383. 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 fogyanatosítja.

X.4. Jogorvoslat

384. A Tpvt. 80/Q. § szerint a jogorvoslatra a Tpvt. XII. fejezetében nem szabályozott kérdésekben az Ákr. rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni. Az Ákr. 112. § 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.
385. 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.
386. 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.
387. 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.
388. 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.

389. Az illetékekről szóló 1990. évi XCIII. törvény (a továbbiakban: Itv.) 37. § (1) bekezdése szerint a bírósági eljárásért az Itv.-ben megállapított illetéket kell fizetni.
390. Az Itv. 45/A. § (2) bekezdése alapján az illeték alapjára a 39-41. §§-ban foglaltakat, az illeték mértékére a 42. §-ban foglaltakat kell alkalmazni a marasztalási perben, valamint akkor, ha az eljárás tárgya adó-, illeték-, adójellegű kötelezettséggel, társadalombiztosítási járulék- vagy vámkötelezettséggel, versenyfelügyeleti üggyel, sajtótermékkel és a panaszügyek kivételével médiaszolgáltatással, továbbá elektronikus hírközléssel vagy közbeszerzéssel kapcsolatos.
391. Az Itv. 62. § (1) bekezdés h) pontja alapján a közigazgatási bírósági eljárásban a felet illetékfeljegyzési jog illeti meg. Az Itv. 59. § (1) bekezdése szerint az, akit tárgyi illetékfeljegyzési jog illet meg, mentesül az illeték előzetes megfizetése alól. Ilyen esetben az fizeti az illetéket, akit a bíróság erre kötelez.

Budapest, 2022. március 11.

dr. Szoboszlai Izabella
előadó versenytanácsstag

dr. Kuritár Dávid
versenytanácsstag

dr. Gál Gábor
versenytanácsstag