

KRID: 213396918

Telefon: (06-1) 472-8865

Ügyszám: VJ/1/2024.

Iktatószám: VJ/1-56/2024.

Betekinthető!

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa a Dudás Hargita Zavodnyik Ügyvédi Iroda (1036 Budapest, Lajos utca 66., cégkapu elérhetőség: 19226680) és a dr. Kaibinger Tamás kamarai jogtanácsos által képviselt Lidl Magyarország Kereskedelmi Bt. (1037 Budapest, Rádl árok 6., cégkapu azonosító: 21588017) eljárás alá vont vállalkozással szemben fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt indított versenyfelügyeleti eljárásban – nyilvános tárgyalást követően - meghozta az alábbi

határozatot.

Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a Lidl Magyarország Kereskedelmi Bt. eljárás alá vont a „teljes kiőrlésű” jelzővel forgalmazott négy termékére (teljes kiőrlésű nosztalgia kifli, PurPur teljes kiőrlésű stangli, teljes kiőrlésű pogácsa magvakkal és teljes kiőrlésű kakaós csiga, a továbbiakban együtt: Termékek) vonatkozó, 2020. június 6-ától kezdődően alkalmazott kereskedelmi kommunikációiban, illetve magával ezen termékek elnevezésével megtévesztő kereskedelmi gyakorlatot folytatott a termékek összetételével kapcsolatban, mely révén megvalósította a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII törvény (a továbbiakban: Fttv.) 6. § (1) bekezdés b) pontjában írt magatartást, megsértve ezzel az Fttv. 3. § (1) bekezdését.

Az eljáró versenytanács a fenti jogsértés megállapítása miatt 186.000.000,- Ft, azaz száználhatvanhat millió forint versenyfelügyeleti bírság megfizetésére kötelezi a jelen határozat átvételét követő 30 napon belül a Lidl Magyarország Kereskedelmi Bt.-t, amely összeget a Magyar Államkincstár 10032000-01037557-00000000 számú versenyfelügyeleti bírságszámlája javára köteles befizetni. Befizetéskor a közlemény rovatban feltüntetendő az eljárás alá vont neve, a versenyfelügyeleti eljárás száma, a befizetés jogcíme (versenyfelügyeleti bírság). 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 esetleges késedelmi pótlék) meg nem fizetése esetén a Gazdasági Versenyhivatal megindítja a határozat végrehajtását.

Továbbá az eljáró versenytanács a határozat átvételét követő 60 napon belül eltiltja az eljárás alá vontat a jogsértő gyakorlat folytatásától és kötelezi arra, hogy az eltiltásnak való megfelelést a határozat átvételétől számított 90 napon belül igazolja.

A határozat ellen a kézhezvételtől számított harminc napon belül közigazgatási per indítható. A keresetlevelet a Gazdasági Versenyhivatalnál kell benyújtani elektronikusan a magyarorszag.hu oldalon elérhető *Úrlevel a Gazdasági Versenyhivatal döntése elleni keresetlevél beterjesztéséhez*¹ használatával. A Gazdasági Versenyhivatal a keresetet az ügy irataival együtt továbbítja a közigazgatási perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező Fővárosi Törvényszéknek. A törvényszék eljárásában a jogi képviselet kötelező.”.

¹ https://magyarorszag.hu/szuf_ugyleiras?id=5a0fdf08-97b7-4015-874b-3643b45d7ebd

I N D O K O L Á S

I.

Az eljárás tárgya

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) 2024. január 15-én versenyfelügyeleti eljárást indított,² mivel észlelte,³ hogy a Lidl Magyarország Kereskedelmi Betéti Társaság (a továbbiakban: eljárás alá vont vállalkozás, Lidl) a „teljes kiőrlésű” jelzővel forgalmazott négy termékére (teljes kiőrlésű nosztalgia kifli, PurPur teljes kiőrlésű stangli, teljes kiőrlésű pogácsa magvakkal és teljes kiőrlésű búzaliszt felhasználásával készült kakaós csiga édesítőszerrel) vonatkozó, 2020. június 6-ától kezdődő kereskedelmi kommunikációiban, illetve önmagában ezen termékek elnevezésével valószínűsíthetően megtévesztő kereskedelmi gyakorlatot folytat a termékek lényeges jellemzőivel kapcsolatban, különösen összetételük és ezáltal az egészségre gyakorolt hatásuk tekintetében. Az eljárást megindító végzés szerint az eljárás alá vont vállalkozás ezen magatartásával az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontjában foglalt tényállás megvalósításával valószínűsíthetően megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében foglalt tilalmat.
2. A vizsgálat jelentését⁴ 2024. május 27-én terjesztette fel a Versenytanács elé, melyet az eljáró versenytanács a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tptv.) 73. § (1) bekezdése alapján megküldött észrevételezésre⁵. A Lidl észrevételeit⁶ 2024. június 7-én adta elő.
3. Az eljáró versenytanács adatkérő végzéseket⁷ követően előzetes álláspontját⁸ 2024. október 4-én küldte meg az eljárás alá vontnak, aki határidő hosszabbítási kérelmét követően 2024. november 5-én tette meg arra észrevételeit⁹.
4. Az eljáró versenytanács a Lidl kérelmére 2024. november 13-án tárgyalást¹⁰ tartott.

II.

Az eljárás alá vont

5. A Lidl anyavállalata a német Lidl Stiftung & Co. KG, amely a világ egyik vezető kiskereskedelmi csoportjai közé tartozó Schwarz csoport része. Az eljárás alá vont vállalkozás feletti tulajdonosi jogokat a Lidl Holding Kft. gyakorolja, amely a Lidl Stiftung & Co. KG másik magyar leányvállalata, nem minősül KKV-nak.
6. Az eljárás alá vont vállalkozás napi fogyasztási cikkek körébe sorolható termékek magyarországi kiskereskedelmi értékesítésével foglalkozik, melynek keretében élelmiszer, valamint ruházati és műszaki cikkeket, illetve egyéb nem élelmiszer jellegű (non-food) termékeket is kínál.
7. Az eljárás alá vonttal szemben a megelőző tíz évben a GVH két ízben állapított meg jogsértést, amelynek ismertetésére a jogkövetkezményeket tartalmazó fejezetben kerül sor.

² VJ/1/2024. számú irat

³ A versenyfelügyeleti eljárás panasz kapcsán indult. A panasszal összefüggő eljárás száma: P/993/2023.

⁴ VJ/1-30/2024.

⁵ VJ/1-33/2024.

⁶ VJ/1-34/2024.

⁷ VJ/1-37/2024., VJ/1-41/2024.

⁸ VJ/1-45/2024.

⁹ VJ/1-46/2024.

¹⁰ VJ/1-51/2024.

III. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

III.1. Érintett termékek

8. Jelen versenyfelügyeleti eljárásban közvetlenül érintett termékek közül az eljárás alá vont nyilatkozata¹¹ szerint a jelenlegi összetevőkkel
1. a teljes kiőrlésű nosztalgia kiflit [üzleti titok]
 2. a PurPur teljes kiőrlésű stanglit [üzleti titok]
 3. a teljes kiőrlésű pogácsát magvakkal [üzleti titok]
 4. a teljes kiőrlésű búzaliszt felhasználásával készült kakaós csigát édesítőszerekkel pedig [üzleti titok]
- óta forgalmazza országosan üzleteiben.
9. A felsorolt négy termék gyártmánylap szerinti liszt összetevőit, az egyes lisztfajták egymáshoz viszonyított arányait az alábbi táblázat mutatja be:

	Termék	Gyártmánylap szerinti, lisztekre vonatkozó összetétel	Lisztek egymáshoz viszonyított aránya az összes felhasznált lisztet 100%-nak véve
1.	teljes kiőrlésű nosztalgia kifli	„Búzalisztek (búzaliszt, 29,5% teljes kiőrlésű búzaliszt)”	70,5% búzaliszt 29,5% teljes kiőrlésű búzaliszt
2.	PurPur teljes kiőrlésű stangli	„Búzalisztek 38,5% (búzaliszt, 6,6% teljes kiőrlésű búzaliszt), PURPUR mix 20,5% (50% teljes kiőrlésű purpur búzaliszt, 30% teljes kiőrlésű rozsliszt, szárított rozskovász, szójatöret, tökmag, napraforgómag, burgonyapehely, dió, étkezési só, stabilizátorok: guarmagliszt, nátrium-karboxi- metil-cellulóz)”	67,9% nem teljes kiőrlésű liszt 32,1% teljes kiőrlésű búzaliszt, teljes kiőrlésű purpur búzaliszt és teljes kiőrlésű rozsliszt ¹²
3.	teljes kiőrlésű pogácsa magvakkal	„Búzalisztek 47,7% (búzaliszt, 29,7% teljes kiőrlésű búzaliszt)”	70,3% búzaliszt 29,7% teljes kiőrlésű búzaliszt

¹¹ A VJ/1-11/2024. számon átemelt P/993-4/2023. és P/993-15/2023. számú adatszolgáltatások.

¹² A számítás alapját az képezte, hogy 100 gramm termékben van 38,5 gramm búzaliszt és 20,5 gramm PURPUR mix.

- A 38,5 gramm búzalisztnak 93,4%-a búzaliszt, az 35,96 gramm ($38,5 \cdot 0,934 = 35,96$); 6,6%-a teljes kiőrlésű liszt, az 2,54 gramm ($38,5 \cdot 0,066 = 2,54$)
- A 20,5 gramm PURPUR mix 50%-a teljes kiőrlésű purpur búzaliszt, az 10,25 gramm ($20,5 \cdot 0,5 = 10,25$) és 30%-a teljes kiőrlésű rozsliszt, az 6,15 gramm ($20,5 \cdot 0,3 = 6,15$)
- Összesen 16,4 gramm teljes kiőrlésű liszt van a PURPUR mixben ($10,25 + 6,15 = 16,4$)
- A teljes kiőrlésű lisztek tömege összesen 18,94 gramm ($2,54 + 16,4 = 18,94$)
- A különféle lisztek tömege összesen 59 gramm ($38,5 + 20,5 = 59$), ezt 100%-nak véve a lisztek egymáshoz viszonyított aránya: Nem teljes kiőrlésű lisztek $= 40,06 / 59 \cdot 100 = 67,9$, Teljes kiőrlésű lisztek $= 18,94 / 59 \cdot 100 = 32,1$

4.	teljes kiőrlésű búzaliszt felhasználásával készült kakaós csiga édesítőszerrel	„31% lisztek (68% BL-55 búzaliszt, 32% teljes kiőrlésű búzaliszt)”	68% BL-55 búzaliszt 32% teljes kiőrlésű búzaliszt
----	--	--	--

III.2. Piaci információk

III.2.1. Kínálat

10. A vizsgálok internetes keresések alapján az alábbi teljes kiőrlésű elnevezésű pékárukat azonosították, amelyeknél a teljes kiőrlésű lisztek nagyobb arányban találhatóak meg a termékekben, mint a finom lisztek:
- a **Lipóti Pékség Kft.** kínálatában szereplő teljes kiőrlésű elnevezésű pékáruk (pl. kifli, zsemle, kakaós csiga) több mint 60%-ban tartalmazzak teljes kiőrlésű búzalisztet,¹³
 - a **Ludwig és Mentési Kft. „Jókenyér”** márkanevű kínálatában található 100%-ban teljes kiőrlésű liszt felhasználásával készült kifli, zsemle és kakaós csiga is,¹⁴
 - a **Bakonyi Sütőde Kft. „teljes kiőrlésű”** elnevezéssel forgalmazott termékei 100%-ban teljes kiőrlésű lisztet tartalmazzak,¹⁵
 - az **Alexa Sütőde Kft.** által forgalmazott minden általuk készített pékáru (pl.: kifli, zsemle, kakaós csiga, pogácsa) 70% teljes kiőrlésű liszttel készül, mivel azt „a szénhidrát-anyagcsere rendellenesség esetén javasolt 160 grammos diéta alapján” állították össze.¹⁶
11. Az eljárás alá vont hivatkozott¹⁷ a következő piaci szereplők által forgalmazott termékekre, kiemelve azok teljes kiőrlésű búzaliszt arányát:
- az **Aldi Magyarország Élelmiszer Bt.** kínálatában megtalálható 70 g-os „teljes kiőrlésű többmagvas vegán croissant, helyben süttöt” megnevezésű termékben – 10,4%; a 100 g-os „Teljes kiőrlésű kakaós tekercs édesítőszerrel, helyben süttöt” megnevezésű termékben pedig – 35%,
 - a **SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft.** kínálatában megtalálható 100 g-os „Stangli teljes kiőrlésű” megnevezésű termékben – 18%; a 100 g-os „Teljes kiőrlésű császárszemle” megnevezésű termékben pedig – 30%,
 - a **TESCO-GLOBAL Áruházak Zrt.** kínálatában megtalálható 75 g-os „Teljes kiőrlésű kifli” megnevezésű termékben – 29,5%.

III.2.2. Kereslet

12. A Lidl nyilatkozata szerint,¹⁸ [üzleti titok].
13. Egy 2016-os online, több száz fogyasztó részvételével zajló nem reprezentatív kutatás (a továbbiakban: Cikk) azt mutatta,¹⁹ hogy a teljes kiőrlésű pékáruk iránti érdeklődés szembetűnően magas. Tekintettel arra, hogy a kutatás nem, csak az azt összefoglaló sajtóközleményről szóló cikk áll rendelkezésre, illetve arra, hogy az deklaráltan nem reprezentatív és 2016-ban készült, így azt a GVH nem mint a vizsgált időszakról készült, a

¹³ VJ/1-29/2024. sz. beemelő feljegyzés 3. melléklete

¹⁴ VJ/1-29/2024. sz. beemelő feljegyzés 1. melléklete

¹⁵ VJ/1-29/2024. sz. beemelő feljegyzés 2a-b. mellékletei

¹⁶ VJ/1-11/2024. számú feljegyzéssel áttemelt P/993-11/2023. számú beemelő feljegyzés 6.a és 6.b. melléklet

¹⁷ VJ/1-4/2024. számú nyilatkozat alapján.

¹⁸ VJ/1-4/2024. számú nyilatkozat alapján

¹⁹ VJ/1-29/2024. számú beemelő feljegyzés 7. számú melléklet

piackutatási kritériumoknak megfelelő felmérést veszi figyelembe, hanem mint egy az interneten megtalálható, a fogyasztói szokásokra utaló cikket, információt. A Cikkből az derül ki, hogy a válaszadók 94%-a már vásárolt ilyen típusú terméket, elsősorban kenyérfélét. A megkérdezettek zöme (55%) ezekből a termékekből akár hetente többször, további egyharmaduk pedig havonta több alkalommal vásárol.



14. A válaszok alapján egyértelműen kirajzolódik, hogy az egészségmegőrzés és a trendkövetés egyaránt sokat nyomott a latba a kipróbálásánál. A megkérdezettek közel 40%-a az orvosuk javaslatára határozott úgy, hogy beiktatják az étrendjükbe a teljes kiőrlésű kenyérfélét. Több mint 30%-a pedig úgy nyilatkozott, hogy a téma kapcsán olvasott cikkek, ajánlók alapján kezdte el ezeknek a termékeknek a beszerzését.
15. A Cikkből kiderült az is, hogy az emberek fejében elég vegyes kép él arról, hogy mit tekinthetünk teljes kiőrlésű pékáruknak. A vásárlók 44%-a (sőt az 55 év felettiak 55%-a) úgy véli, hogy ha egy termék teljes kiőrlésű, akkor az csak teljes kiőrlésű lisztből készül. További 25% azok aránya, akik szerint az ilyen termékeknek minimum 60% teljes kiőrlésű lisztet kell tartalmazniuk.
16. A kereslet piaci tendenciáit illetően elmondható, hogy a Magyar Pékszövetség Elnökének nyilatkozata szerint az elmúlt években a magyar lakosság kenyérfogyasztása csökkenő tendenciát mutatott. Míg korábban az éves átlagos fogyasztás 72 kilogramm volt, ez 2023 júniusára 50-52 kilogrammra csökkent²⁰. Ezzel párhuzamosan a KSH adatai szerint a péksütemények fogyasztása növekedett, a 2022t megelőző öt évben megduplázódott, és átlagosan közel 20 kilogrammra emelkedett évente fejenként²¹.

III.3. Vizsgált kereskedelmi gyakorlat


17. A versenyfelügyeleti eljárásban az kerül vizsgálatra, hogy a Lidl által a „teljes kiőrlésű” jelzővel forgalmazott négy termékének népszerűsítése során alkalmazott kereskedelmi gyakorlata megsértette-e az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontjának rendelkezéseit.
18. Az eljárás alá vont által 2021. április 10. és 2024. március 21. között, a Termékek népszerűsítése során alkalmazott kereskedelmi gyakorlat megjelenési adatait az alábbi táblázatok mutatják be. A részletes (csatornalistát is tartalmazó) adatokat tartalmazó táblázatot a vizsgálati jelentés 3. sz. melléklet tartalmazza.

²⁰ <https://www.startlap.hu/vasarlas/elelmiszerarak-kenyer-pekaru-dragulas-2023/>
<https://www.economx.hu/magyar-gazdasag/megmenekultek-a-peksegek-a-bezarastol-sutoipar-csokkent-a-kenyer-fogyasztas-inflacio-kenyer-ara.773254.html>

²¹ <https://www.economx.hu/magyar-vallalatok/elelmiszer-peksutemeny-kenyer-magyarok.743538.html>

Kommunikációs eszköz	Időtartam	Megjelenés száma	Megjelenés helye	Képi megjelenési példa
Teljes kiórlésű nosztalgia kifli				
[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	  <p>04.19. HÉTFŐTŐL 04.21. SZERDAIG</p> <p>Teljes kiórlésű nosztalgia kifli • 1 kg = 767 Ft</p> <p>90 g</p> <p>-30% 99. 69.</p> 
[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	 <p>KIVÁLÓ MINŐSÉG CSAK ENNYIÉRT!</p> <p>04.24. HÉTFŐTŐL 04.26. SZERDAIG</p>  <p>400 g / csomag</p> <p>-33% 1199. 799.</p> <p>Cherry fűrtös paradicsom • Fajda Díjazó</p>  <p>400 g</p> <p>45% zser-tartalom</p> <p>-26% 1499. 1099.</p> <p>MILZONA Maasdamer sajt • Zúzott, sózott, fűszerezett sajt</p>  <p>90 g</p> <p>-33% 149. 99.</p> <p>Teljes kiórlésű nosztalgia kifli</p>


[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	
[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	Megegyezik a nyomtatott szórólappal
[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]

				 <p>A két véglét: töltött fánk és teljes kiörlesű nosztalgia kifli. 🍞 Neked melyik felé húz leginkább a szíved és a gyomrod? Vagy mindkettőt választanád egyszerre? 🤔</p> <p>Akiós időszak: 04.24-től 04.26-ig. Aktuális szórólapunk: https://bit.ly/3GTSSR7</p> <p>Lidl Magyarország Közvetítő: Emplőt Április 25.</p> <p>111 34 hozzászólás 3 megosztás</p> <p>Elemzési adatok és hirdetések megtekintése Bejegyzés kiemelése</p> <p>Szöveg: „Két véglét: töltött fánk és teljes kiörlesű nosztalgia kifli. VS Neked melyik felé húz a szíved és gyomrod? Vagy mindekettőt választanád egyszerre?”</p>
--	--	--	--	---

[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	<p>1 aktív kupon</p> <p>-24% 849 Ft helyett 639 Ft Hazánk Kincsei Csúpos tejszínes torma, 200g Holnap lejár AKTIVÁLÁS</p> <p>-52% a 2. termékre* Teljes kiőrlésű nosztalgia kifli, 90g Máig érvényes AKTIVÁLÁS</p> <p>Bővebb információkért koppints a megfelelő Kuponra.</p> <p>LIDL PLUS KÁRTYA</p> <p>Főoldal Kuponok Akciós újságok Nyugták Továbbiak</p>
----------------	----------------	----------------	----------------	--

Kommunikációs eszköz	Időtartam	Megjelenés száma	Megjelenés helye	Képi megjelenés
teljes kiőrlésű búzaliszt felhasználásával készült kakaós csiga édesítőszerekkel				
[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	  <p>10.17. HÉTFŐTŐL 10.19. SZERDAIG</p> <p>30 évünk a hazai</p> <p>Teljes kiőrlésű kakaós csiga • Édesítőszerekkel, cukor nélkül</p> <p>100 g -31% 219,- 149,- 1kg = 1490 Ft</p>
[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	 <p>KIVÁLÓ MINŐSÉG CSAK ENNYIÉRT!</p> <p>01.24. HÉTFŐTŐL 01.26. SZERDAIG</p>    <p>30 évünk a hazai</p> <p>HÜSFARM Friss sertésoldalas • Változó kiszorolásban kapható</p> <p>/kg -20% 1 299,- 1 359,-</p> <p>PILOS Krémes gyümölcs-kefir • Eper / Mogyoró / meggy / barack-maracuja • Hízlen</p> <p>250 g -30% 199,- 139,- 1kg = 556 Ft</p> <p>30 évünk a hazai</p> <p>Teljes kiőrlésű kakaós csiga</p> <p>100 g -37% 159,- 99,- 1kg = 990 Ft</p>

[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	
[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	Megegyezik a nyomtatott szórólappal.
[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]	
----------------	----------------	----------------	----------------	---

				 <p>Lidl Magyarország Közzétette: Salesforce Marketing Cloud · 2021. augusztus 3. ·</p> <p>Te melyik helyben sült pétermékünkkel inditanád a napod? Sonkás-pizzás párnával vagy teljes kiörlésű kakaós csigával? Most mindkettőt kedvező áron szerezheted be. https://bdy.me/3Aa1o8V</p> <p>Szerkesztés</p>
[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	 <p>FRISSESSÉG CSAK ENNYIÉRT!</p> <p>01.24. HÉTFŐTŐL 01.26. SZERDÁIG</p> <p>74 változtatás a hazai</p> <p>Teljes kiörlésű kakaós csiga 1 kg = 990 Ft 100 g -37% 159.99 Ft</p> <p>összehordott csomag nélkül</p> <p>ÖSSZES AJÁNLAT</p>

[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	 <p>Akcióink 10.17-től Lidl Magyarország</p>
----------------	----------------	----------------	----------------	---

Kommunikációs eszköz	Időtartam	Megjelenés száma	Megjelenés helye	Képi megjelenés
teljes kiőrlésű pogácsa magvakkal				
[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	
[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	Megegyezik a nyomtatott szórólappal.
[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]

Kommunikációs eszköz	Időtartam	Megjelenés száma	Megjelenés helye	Képi megjelenés
PurPur teljes kiőrlésű stangli				

[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	
[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	

19. A Termékek összevetőire vonatkozó információk a **Lidl honlapján**²² érhetők el a fogyasztók számára. Az alábbi kép példaképp mutatja be az egyik termék adatlapját:

Teljes kiőrlésű nosztalgia kifli

Összetevők: búzaliszt, ivóvíz, 29,5% teljes kiőrlésű búzaliszt, margarin (pálmaszír, ivóvíz, étkezési só, emulgeálószer: zsírsavak mono- és digliceridjei; étkezési sav: citromsav; természetes aroma, színezék: karotinok), tejföl, folyékony sűtőlesztő (élesztő, stabilizátor: xantángumi), cukor, sütőszerek [(stabilizátor: guargumi); búzaglutén, emulgeálószer: zsírsavak mono- és digliceridjeinek mono- és diacetil borkósav észterei; búzaliszt, inaktív élesztő, lisztkezelő szer: askorbinsav; enzimek], (búzaliszt, emulgeálószer: nátrium-sztearoil-2-laktát, enzimek)], sertézsír, étkezési só. Tojást, szóját, szeszammagot, dióféléket és földimogyorót tartalmazhat.

Nettó tömeg: 90 g
Átlagos tápérték/tartalom 0/100 g

- Energia: 1081 kJ/ 257 kcal
- Zsír: 5,5 g
- amelyből telített zsírsavak: 2,9 g

149 Ft
90 g, 1 kg = 1 656 Ft

20. Az eladáshelyi tájékoztatás, az üzletekben kihelyezett **polccímke** [üzleti titok] előtt tartalmazta a termékek összetevőit. Az alábbi kép példaképp mutatja be a polccímke kialakítását:

Összetevők: búzaliszt, ivóvíz, 29,5% teljes kiőrlésű búzaliszt, margarin (pálmaszír, ivóvíz, étkezési só, emulgeálószer: zsírsavak mono- és digliceridjei; étkezési sav: citromsav; természetes aroma, színezék: karotinok), tejföl, étkezési só, cukor, folyékony sűtőlesztő (élesztő, stabilizátor: xantángumi), sütőszerek [(stabilizátor: guargumi); búzaglutén, emulgeálószer: zsírsavak mono- és digliceridjeinek mono- és diacetil borkósav észterei; búzaliszt, inaktív élesztő, lisztkezelő szer: askorbinsav], búzaliszt, emulgeálószer: nátrium-sztearoil-2-laktát], sertézsír, Tojást, szóját, szeszammagot, dióféléket és földimogyorót tartalmazhat.

Nosztalgia kifli

90g
MM

6408709

101 2024.02.12 Z 418

149 Ft
1 kg = 1 655,6 Ft

21. A polccímkéken [üzleti titok] óta nem szerepelnek az összetevők, egy QR kód segít a fogyasztóknak, hogy a Termékek internetes adatlapját elérjék, ha további információt szeretnének. Az alábbi kép erre is bemutat egy példát:

Teljes kiőrlésű kakaós csiga édesítőszerekkel, 100 g
Allergiát vagy intoleranciát okozó anyagok: glutén, tej (beleértve a laktózt)



Az összetevőlistát megtalálják a lidl.hu/pekaru oldalon.

Kakaós csiga

100g
MM

6409350

101 2024.01.22 Z281

215 Ft
1 kg = 2 150 Ft

²² P/993-11/2023. számú beemelő feljegyzés 1. melléklet

III.4. Az Agrárminisztérium által megküldött információk

22. Az Agrárminisztérium, mint a Magyar Élelmiszerkönyv kötelező előírásairól szóló 152/2009. (XI. 12.) FVM rendelet (a továbbiakban: Magyar Élelmiszerkönyv) gondozásával kapcsolatos szakmai irányítást felelős szerv a GVH megkeresésére az Élelmiszerkönyv 2016-os, a teljes kiőrlésű kenyeret érintő módosításának lényegéről és annak szakmai háttéréről az alábbi tájékoztatást adta.²³
23. A módosítás a Magyar Élelmiszerkönyv sütőipari termékekről szóló 2-81 számú irányelvén²⁴ és az egyes kenyerekről és péksüteményekről szóló 1-3/81-1 számú előírásán²⁵ alapult. A módosítás kialakításakor kiemelt cél volt, hogy a fogyasztók asztalára minél több jó minőségű termék kerüljön, ezért többek között a „Teljes kiőrlésű kenyeret”, mint új kenyérfajtát vont a szabályozás alá.
24. A „Teljes kiőrlésű kenyér” esetében a teljes kiőrlésű liszt arányára vonatkozó 60%-os minimális határérték meghatározása során figyelembe vett szempontok az alábbiak voltak:
- a jó minőségű és kedvező élettani hatású élelmiszerek térhódításának elősegítése, fokozatos bevezetése;
 - az egészséges táplálkozásba illeszthető termékek kínálatának bővítése, ezáltal a táplálkozási eredetű betegségek csökkentése;
 - a fogyasztói igények, szokások alakulása;
 - a termék fogyasztók általi elfogadása, kedveltsége, amelynek érdekében próbasütések történtek a teljes kiőrlésű liszt különböző arányú felhasználásával, amelyet a termékek érzékszervi vizsgálata követett;
 - az élelmiszer-vállalkozások értékesítési tapasztalatai.
25. Megemlítendő még a Magyar Élelmiszerkönyv kapcsán az 1.5.2. pont is, amely szerint „Az összetételre névvel utaló kenyerek csoportjába nem besorolható összetétellel gyártott kenyerek esetében a termék nevének tartalmaznia kell a „kenyér” kifejezést, és ezen termékeknél a C rész 1. „AZ ÖSSZETÉTELRE NÉVVEL UTALÓ KENYEREK” pontban felsorolt terméknevezések nem használhatók, illetve az ott felsorolt terméknevezésben szereplő kiemelt összetevőre utalni sem lehet. Például: kenyér 3% szezám-maggal, illetve kenyér teljes kiőrlésű búzaliszttel megnevezés nem használható.”

III.5. Egyéb bizonyítékok

26. A GVH beszerezte az Emberi Erőforrások Minisztériuma Egészségügyért Felelős Államtitkárság Egészségügyi Szakmai Kollégiumának „A diabetes mellitus kórismézéséről, a cukorbetegség antihyperglykaemiás kezeléséről és gondozásáról felnőttkorban” 2020. július 16. – 2024. május 15. között érvényes egészségügyi szakmai irányelvét²⁶ (a továbbiakban: EMMI szakmai irányelv),²⁷ amely a 10. számú ajánlásában az alábbiakat tartalmazza (kiemelés a vizsgálóktól): „A szénhidrátforrás tekintetében előnyben részesítendő a zöldségfélék, a teljes kiőrlésű gabonából készült ételek, a gyümölcsök és a tejtermékek, míg kerülni kell a hozzáadott zsírt, cukrot, vagy só-tartalmazó ételeket és italokat. Az élelmi rostok étrendi aránya cukorbetegség esetében legalább azonosnak kell lennie a nem-cukorbetegségnek ajánlott mennyiséggel. A rosttartalom növelése előnyös a szénhidrátok felszívódásának lassítása tekintetében, emellett telítő értékénél fogva növeli a jóllakottság érzetét, javítja a bélműködést.” (35. old.)
27. A GVH beszerezte továbbá dr. Polyák Éva, Breitenbach Zita, Szekeresné Dr. Szabó Szilvia: „Klinikai és gyakorlati dietetika” c. kiadványát,²⁸ amely szerint: „A cukorbetegség számára előnyben kell részesíteni a magas, korpás, teljes kiőrlésű lisztből készült, magasabb rosttartalmú termékeket.” (235. old.)
28. A GVH internetes keresést végzett arra nézve, hogy az elérhető teljes kiőrlésű kifli **receptek** milyen arányban használnak teljes kiőrlésű és finomlisztet. A talált 6 féle recept²⁹ egy kivételével legalább 50%-ban teljes kiőrlésű lisztet tartalmaz, és több olyan is van, ahol 100%-ban teljes kiőrlésű lisztet használnak fel a recepthez. A receptleírások egyike utal arra, hogy a pékáru egészségesebb lesz amiatt, hogy teljes kiőrlésű lisztet tartalmaz, például az alábbiak szerint:

²³ VJ/1-16/2024. számú beadvány.

²⁴ https://elelmiszerlanc.kormany.hu/download/1/ff/f1000/2-81_2012.pdf

²⁵ https://elelmiszerlanc.kormany.hu/akadalymentes/download/4/ff/f1000/1-3_81-1_2012.pdf

²⁶ [EMMI egészségügyi szakmai irányelv \(EüK 2020/12.\) a diabetes mellit... \(jogkodex.hu\)](https://www.emmi.hu/egeszsegugyi-szakmai-iranyelv-(EüK-2020/12.)-a-diabetes-mellit...-(jogkodex.hu))

²⁷ VJ/1-11/2024. számú átemelt P/993-11/2023. számú beemelő feljegyzés 2. melléklet

²⁸ VJ/1-11/2024. számú átemelt P/993-11/2023. számú beemelő feljegyzés 3. melléklet

²⁹ VJ/1-11/2024. számú átemelt P/993-11/2023. számú beemelő feljegyzés 4.a-4.f. mellékletek

„A ropogós sós kiflinek sem kell teljesen egészségtelennek lennie: itt egy rostban gazdag, de éppen ugyanolyan finom változat.”

míg egy másik a speciálisan inzulinrezisztenseknek való megfelelőségét emeli ki:

„A kifli recept alapját úgy két éve találhattam meg a Life Advice blogon. Ezt még IR-esítenem kellett, hogy megkapjam azt a kiflit, ami nekem is jó”

Mindkét receptben a teljes kiőrlésű liszt van többségben.

29. A GVH keresést végzett Európai Bizottság élelmiszerek összetevői alapján alkalmazható egészségre ható állításokkal kapcsolatos adatbázisában³⁰ és azt találta, hogy az Európai Bizottság több olyan állítással kapcsolatban is állást foglalt, amely egy élelmiszer teljes kiőrlésű összetevőjére hivatkozással kívánt egészségre ható állítást megfogalmazni.³¹ Ez pedig azt jelenti, hogy a fogyasztók számára önmagában a teljes kiőrlésű jelzőből is következhet a kedvező élettani hatás üzenete.

30. Továbbá a GVH internetes keresést végzett³² a tekintetben is, hogy milyen információk érhetők el átlagfogyasztók számára a „teljes kiőrlésű” gabonák fogyasztásának előnyei tekintetében egészség témájú honlapokon (www.hazipatika.hu, www.webbeteg.hu, www.drthiany.com, www.semmelweis.hu), magas látogatottságú életmód és recept oldalakon (www.divany.hu, www.mindmegette.hu). A teljes kiőrlésű gabonákkal kapcsolatban több, egészségre gyakorolt előnyről is beszámolnak ezek az írások, például az alábbiak szerint:

- *„egészségesek a teljes kiőrlésű gabonák”*,
- *„a legújabb kutatások alátámasztják a teljes kiőrlésű gabonák védőhatását olyan betegségekkel szemben, mint a koszorúér megbetegedések (CHD), a rák egyes fajtái, vagy a 2-es típusú cukorbetegség.”*
- *„A teljes kiőrlésű liszt ezzel szemben a gabonaszem külső részét – azaz korpát és a csírárt, illetve a magbelsőt is tartalmazza, ezért magasabb ásványi anyag-, vitamin- és rosttartalommal bír, mint a fehér liszt. A plusz rostanyagok elnyújtják a szénhidrát felszívódását, ezáltal mérsékelik az inzulin emelkedését.”;*
- *„Egészségre gyakorolt hatásuk szintén komoly különbségeket mutat. A teljes kiőrlésű termékeket preferáló felnőttek egy, a The American Journal of Clinical Nutritionben megjelent kutatás szerint például kisebb csípőbővséggel és alacsonyabb BMI-vel rendelkeztek, mint fehér lisztet fogyasztó társaik. Egy másik ugyanitt megjelent tanulmány a teljes kiőrlésű ételek inzulinérzékenységre gyakorolt pozitív hatását támasztotta alá”;*
- *„Az eredmények azt érzékeltetik, hogy a teljes kiőrlésű gabonák különösen hasznosak lehetnek a gyulladások és a szívbetegségek kockázatának csökkentésében [...]”*

31. Az egészséges táplálkozás alapelveire keresve az interneten,³³ szintén több olyan, magas látogatottságú honlapon (www.webbeteg.hu, www.hazipatika.hu, www.divany.hu) olvashatók ajánlások, illetve szakemberek által készített javaslatok is elérhetők (www.egeszsegvonal.gov.hu és Magyar Dietetikusok Országos Szövetsége által kiadott tájékoztató füzetek) amelyek kifejezetten ajánlják a teljes kiőrlésű gabonákból készült termékek fogyasztását az egészséges táplálkozás részeként:

- *„A teljes kiőrlésű gabonák kiemelkedő szerepet töltenek be a kiegyensúlyozott táplálkozásban. Fontos forrásai a tápanyagonak és a fito-védő anyagoknak, melyek a legtöbb ember étrendjében hiányos mennyiségben találhatóak.”*
- *„A teljes kiőrlésű gabonák magas rosttartalma hozzájárul az egészség megőrzéséhez, vitamin- és ásványi anyag tartalmuk jelentős, ezért fogyassza rendszeresen az ezekből készült termékeket is.”*
- *„Naponta együnk teljes értékű gabonafélét, például kenyér, péksütemény, müzli, levesbetét vagy köret formájában”*

³⁰ az élelmiszerekkel kapcsolatos, tápanyag-összetételre vonatkozó állításokról szóló az Európai Parlament és a Tanács 2006. december 20.-i 1924/2006/EK rendelet alapján létrehozott adatbázis <https://ec.europa.eu/food/food-feed-portal/screen/health-claims/eu-register>

³¹ VJ/1-29/2024. számú beemelő feljegyzés 6a-c mellékletei

³² VJ/1-11/2024. számú áttemelt P/993-11/2023. számú beemelő feljegyzés 7.a.-d. mellékletek és VJ/1-29/2024. számú beemelő feljegyzés 4a-e mellékletei

³³ VJ/1-29/2024. számú beemelő feljegyzés 5a-f mellékletei

- „Az egészségmegőrző étrendben, gyermekkorban is fontos, hogy a teljes kiőrlésű gabonatermékek, és a zöldség- valamint gyümölcsfélék rendszeresen szerepeljenek.”

IV.

Az eljárás alá vont álláspontja

IV.1. Az eljárás alá vont álláspontja az eljárás vizsgálati szakaszában

32. A Lidl nyilatkozatában³⁴ hivatkozott arra, hogy a Magyar Élelmiszerkönyv tartalmazza a sütőipari termékekre vonatkozó 1–3/16–1 számú előírást. A Magyar Élelmiszerkönyv C1.13. része szabályozza a teljes kiőrlésű kenyerekre vonatkozó minimális teljes kiőrlésű lisztarány mennyiségét. A Lidl e körben hangsúlyozta, hogy ez a rendelkezés csupán a kenyerek esetén használatos minimális teljes kiőrlésű lisztarányt szabályozza, egyéb pékáru vonatkozásában nem állapít meg ilyen előírást. A Termékek közül egyik termék tömege sem éri el a 250 grammot³⁵, ezért a Lidl álláspontja szerint a Termékek nem minősülnek kenyérnek, következésképpen nem alkalmazandóak rájuk a teljes kiőrlésű kenyerek tekintetében alkalmazandó minimális lisztarányt előíró szabályok.
33. Nyilatkozatához olyan beszállítói állásfoglalást csatolt, amely szerint a jelenleg iparági gyakorlatnak tekinthető a kb. 30%-os teljes kiőrlésű búzaliszt alkalmazása a versenyfelügyeleti eljárással érintett és ahhoz hasonló termékek (pl. zsemle) tekintetében. Ezen álláspont az eljárás alá vont szerint beszállítópartnereinek több évtizedes tapasztalatain, termékfejlesztésén és fogyasztói visszajelzéseken alapszik, szem előtt tartva, hogy a fogyasztók (kiváltképpen az egészségtudatos vásárlók) tájékoztatáshoz való joga ne sérüljön, azaz tisztában legyenek a termék jellegével. Kiemelte továbbá, hogy az ettől magasabb arányú teljes kiőrlésű liszt alkalmazása a termék érzékszervi tulajdonságait már negatív irányba módosítaná. Ebben az esetben a termék tömörebb, fojtósabb/szárazabb lenne, jellegzetes ízét elveszítené és térfogata is jelentősen csökkenne. Fentiekre tekintettel álláspontja szerint a termék kereskedelmi forgalomban alkalmazott elnevezése nem jogsértő, fogyasztói megtévesztésre nem alkalmas.
34. A Lidl hangsúlyozta továbbá³⁶, hogy tájékoztatja a vásárlókat a termékek összetevőiről. A tájékoztatás egyfelől üzlethelyiségek polcain közvetlenül is elérhető: [üzleti titok] az üzlethelyiségekben elhelyezett tájékoztatáson (ártáblán) teljeskörűen látható volt a termékek összetevőinek listája; ez [üzleti titok]f úgy változott meg, hogy a pontos összetevői lista a kihelyezett QR-kódok beolvasásával, vagy a feltüntetett weboldalra való navigációval vált elérhetővé a vásárlók számára. A termékek pontos összetevői listája emellett a teljes vizsgált időszakban elérhető volt a Lidl weboldalon.
35. A Lidl ezen felül hozzáfűzte, hogy az átlagfogyasztó számára is nyilvánvaló, hogy a teljes kiőrlésű termékek jellemzően nem kizárólag teljes kiőrlésű lisztből készülnek. A Termékekhez hasonló, az interneten elérhető, teljes kiőrlésű pékárura vonatkozó receptek többsége is tartalmaz fehér lisztet a teljes kiőrlésű liszt mellett. Emellett előadta, hogy népszerű szakcikkék hívják fel a sütni vágyók figyelmét arra is, hogy a teljes kiőrlésű liszt csupán bizonyos mértékig használható a fehér liszt kiváltására. Ebben a tekintetben az eljárás alá vont hivatkozott arra, hogy a versenytársai kínálatában elérhető, a Termékekhez hasonló, teljes kiőrlésűnek nevezett pékáruk teljes kiőrlésű liszt tartalma hasonló, illetve több esetben alacsonyabb, mint a Társaság kínálatában szereplő termékeké.

IV.2. Az eljárás alá vont észrevétele³⁷ a vizsgálati jelentésre

IV.2.1. Általános észrevételek

36. A Lidl jogi álláspontjában előadta, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlattal nem követett el jogsértést, így vele szemben az Fttv. megsértése nem állapítható meg, így elsődlegesen kérte annak megállapítását,

³⁴ A VJ/1-11/2024. számú feljegyzéssel áttemelt P/993-4/2023. számú adatszolgáltatás.

³⁵ Az Élelmiszerkönyv B1.1. pontja szerint: „[k]enyérnek minősül a döntő részben gabonaőrlemény(ek)ből kovászos technológiával vagy kovászt helyettesítő kovászkészítmény felhasználásával, téstakészítéssel, alakítással, lazítással, sütéssel majd csomagolással vagy csomagolás nélkül előállított élelmiszer. A csomagolatlan termék tömege 250 g-mal osztható, de legalább 250 gramm. Formája lehet szabadon vetett, illetve formában sült”

³⁶ VJ/1-4/2024. számú nyilatkozat

³⁷ VJ/1-35/2024.

hogy a vizsgált magatartás nem jogsértő, ha azonban erre a GVH nem látna módod, úgy másodsorban kérte az eljárás megszüntetését a Tptv. 60/A. § (1) bekezdés b) pontja alapján.³⁸

37. Az eljárás alá vont hivatkozva az Európai Unió Bíróságának C-27/22. számú ügyben hozott ítéletére, az Alkotmánybíróság 1/2024. (I.9.) AB határozatára, valamint a Kúria BH2024.1.20. számú döntésére kifejtette, hogy nem zárható ki, hogy az Fttv. alapján megállapított tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmába ütköző jogsértések büntető jellegűnek minősüljenek.³⁹ A Lidl megítélése szerint a versenyfelügyeleti eljárásban is irányadóak a büntetőjogi eljárások során alkalmazott bizonyítási mércék – minthogy elvárt a bizonyítottság magasabb foka, a kétséget kizáróan nem bizonyított tény nem lehet a terhelt terhére értékelni –, így a GVH által megállapított tényállásnak ellentmondásmentes bizonyítékokon kell nyugodnia, és a tényállást, a fogyasztói kört, az üzenetet és a döntés befolyásolására való alkalmasságát a GVH-nak kell bizonyítania, azonban a lefolytatott vizsgálat nem felel meg ezeknek a követelményeknek.⁴⁰

IV.2.2. Eljárás alá vont álláspontja az érintett fogyasztói körrel

38. Az eljárás alá vont előadta, hogy a vizsgálat nem kellő részletességgel tárta fel a kereskedelmi gyakorlattal érintett fogyasztók körét, mivel az nem terjedt ki az érintett termékek árainak az árérzékeny fogyasztók ügyleti döntéseire gyakorolt hatásának kérdésére, és arra sem, hogy az infláció hatására miként változott az ár jelentősége a fogyasztók ügyleti döntéseinek meghozatalához viszonyítva.⁴¹

IV.2.3. A kommunikáció üzenete

39. Bár 2016-ban módosításra kerültek a Magyar Élelmiszerkönyv teljes kiőrlésű kenyérről szembeni követelményei, az eljárás alá vont kiemeli, hogy a Magyar Élelmiszerkönyv kötelező előírásairól szóló 152/2009. (XI. 12.) FVM rendelet 39. mellékletének B.1.1 pontja alapján a vizsgálat alá vont pékáru nem tartozik ebbe a kategóriába, így arra nem vonatkoznak a teljes kiőrlésű kenyérről előírt szabályok, amelyet álláspontja szerint megerősít az a tény is, hogy az Agrárminisztérium a tájékoztatásában ezzel ellentétes utalást nem tesz.⁴²
40. A Lidl álláspontja szerint a versenyfelügyeleti eljárás központi kérdése nem az, hogy megsértették-e az érintett termékek teljes kiőrlésű tartalmára vonatkozó szabályokat – mivel ilyen előírások nem léteznek –, hanem hogy kommunikáltak-e bármely olyan üzenetet a fogyasztók felé, amely nem volt megfeleltethető a valóságnak. E körben megjegyzi, hogy a vizsgálati jelentés nem határozta meg megfelelően a fogyasztók által észlelt üzenetet.⁴³
41. Az eljárás alá vont előadta, hogy a GVH megsértette a tényállás megállapításával és a bizonyítási kötelezettség teljesítésével kapcsolatos kötelezettségeit. Ennek kapcsán hivatkozott a Kúria Kfv.IV.37.739/2021/12. sz. ítéletére, és kifejtette, hogy a hatóság a bizonyítandó tényt főszabályként bármely, annak bizonyítására alkalmas eszközzel bizonyíthatja, a bizonyítékokat egyenként és összességükben, szabad meggyőződése szerint értékelheti, azonban mindez nem vezethet önkényes jogalkalmazáshoz, a tényállási elemek azonosítása nem lehet önkényes, az valamennyi törvényi tényállásból fakadó bizonyítási tényre – kivéve azokat a tényeket, körülményeket melyek nem bírnak relevanciával – ki kell hogy terjedjen.⁴⁴
42. A Lidl megítélése szerint a büntetőjogi jellegű versenyfelügyeleti eljárásokban csak akkor állapítható meg a jogsértés, ha az kétséget kizáróan bizonyítást nyert, így az összes jogsértés megállapítását célzó jelentős tény a GVH-nak kell bizonyítania – amely alól csak jogszabály tehet kivételt – és az így megállapított tényállás nem alapulhat spekuláción, illetve feltételezésen.⁴⁵ A Lidl álláspontja szerint a vizsgálati jelentés

³⁸ VJ/1-35/2024. számú észrevétel 64. és 66. pontjai

³⁹ VJ/1-35/2024. számú észrevétel 4. és 5. pontja

⁴⁰ VJ/1-35/2024. számú észrevétel 7. és 8. pontjai

⁴¹ VJ/1-35/2024. számú észrevétel 10. és 11. pontja

⁴² VJ/1-35/2024. számú észrevétel 12. és 14. pontjai

⁴³ VJ/1-35/2024. számú észrevétel 16. pontja

⁴⁴ VJ/1-35/2024. számú észrevétel 18. pontja

⁴⁵ VJ/1-35/2024. számú észrevétel 19. pontja

- ezzel szemben köztudottnak minősíti a teljes kiőrlésű kenyerekre vonatkozó szabályozás alkalmazását a vizsgálattal érintett pékárukra, azonban ezt semmivel sem támasztja alá.⁴⁶
43. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint a GVH-nak „*nincs lehetősége arra, hogy a rá háruló bizonyítási teher alól szabaduljon, illetve, ha enyhítés történe a t. Versenyhivatal terhelő tényállás-feltárási és indokolási kötelezettségen, akkor kiszámíthatatlanná válna a t. Versenyhivatal jogalkalmazása, nem volna előrelátható milyen körben van a bizonyításra szándéka és lehetősége.*”⁴⁷
44. Az eljárás alá vont álláspontja szerint az Fttv. 14. § csak a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságnak való megfelelését illetően fordítja meg a bizonyítási terhet, de a kereskedelmi gyakorlat meghatározásában, és hogy milyen tényállítás valósult meg, ott már nem, így ennek bizonyítása a GVH feladata. E körben a Lidl hivatkozik a 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv (18) preambulumbekzdésére, mely tartalmazza ugyan, hogy az átlagfogyasztókra vonatkozó vizsgálat nem statisztikai alapú vizsgálat és a nemzeti bíróságok, hatóságok saját mérlegelési körükben határozzák meg az átlagfogyasztó adott esetben tanúsított jellegzetes viselkedését, azonban ez nem értelmezhető úgy, hogy ez bármely más vonatkozásában is enyhítené a GVH-t terhelő tényállás-feltárási és bizonyítási kötelezettségét.⁴⁸
45. A Lidl nyilatkozata szerint a GVH a vizsgálati jelentés tényállás-feltárási és bizonyítási kötelezettségének több szempontból nem tett eleget, mely különös jelentőséggel bír a jogorvoslati jog gyakorlásának szempontjából, és amelyre a Kúria több esetben rá is mutatott.⁴⁹
46. Az eljárás alá vont előadta, hogy véleménye szerint a GVH okszerűtlen megállapításokra jutott a fogyasztók által észlelt üzenet azonosítása során, és e körben hivatkozott az Amerikai Egyesült Államokban az American Association of Cereal Chemists International 2013-as állásfoglalására, melyben meghatározták, hogy egy teljes kiőrlésű élelmiszernek hány gramm teljes kiőrlésű gabonát kell tartalmaznia, amely követelményeknek a Lidl nyilatkozata szerint a vizsgált termék megfelel.⁵⁰
47. Az eljárás alá vont álláspontja szerint a vizsgálati jelentésben hivatkozott 2016-os kutatás nem felel meg a GVH gyakorlata szerinti követelményeknek, ugyanis az akkor fogadható el, ha megfelel a kutatásokkal szemben támasztott követelményeknek, többek közt annak, hogy a vizsgálatba bevont személyek tekintetében a minta kellő nagysággal és reprezentativitással bírjon. Az eljárás alá vont szerint ezek alapján a kutatás – ahogyan azt a vizsgálati jelentés 18. pontja is rögzíti – nem reprezentatív, valamint nem ismertek a kutatás módszerei, mintavétel körülményei, és nem állnak rendelkezésre a nyers adatok sem.⁵¹
48. A Lidl megítélése szerint a vizsgálati jelentés tévesen határozta meg az érintett piacot, valamint a kenyér és pékáruk közötti helyettesíthetőséget. E körben hivatkozott a GVH VJ/12-55/2003. számú, valamint a VJ/153-56/2002. számú határozataira, amely kimondta, hogy a kenyérnek nincsen helyettesítő terméke⁵², és péksüteményekkel (pl. zsemle, kifli) is csak korlátozottan helyettesíthetők⁵³, így eljárás alá vont véleménye szerint a vizsgálattal érintett termékek közül három édes péksütemény, amely korlátozott mértékben sem helyettesítő terméke a kenyérnek, és ezen különbségeket a vizsgálati jelentés teljesen figyelmen kívül hagyja.⁵⁴
49. Az eljárás alá vont nem tartja megalapozottnak azt az érvet, miszerint a fogyasztók feltételezik a 60%-os teljes kiőrlésű liszt arányát a termékekben, ugyanis a vizsgálati jelentés felmérésének eredményei is ennek éppen az ellenkezőjét támasztják alá. Véleménye szerint a vizsgálati jelentés továbbá nem támasztja alá megfelelően, hogy az azonosított két fogyasztói csoportra miért jellemző a laikusság, miközben ránézésre is az átlagfogyasztóhoz képest nagyobb tudatossággal és ismeretekkel bíró fogyasztókról van szó.⁵⁵

⁴⁶ VJ/1-35/2024. számú észrevétel 36. pontja

⁴⁷ VJ/1-35/2024. számú észrevétel 20. pontja; Vö. Kúria Kfv.II.37.110/2017/13.

⁴⁸ VJ/1-35/2024. számú észrevétel 21. pontja

⁴⁹ VJ/1-35/2024. számú észrevétel 22. pontja; EBH2015.K.34. (BH2016.48, Kúria Kfv.V.35.502/2014.) 21. pontja; Kúria Kfv.Iv.37.739/2021/12. 76. pontja

⁵⁰ VJ/1-35/2024. számú észrevétel 24. pontja

⁵¹ VJ/1-35/2024. számú észrevétel 25., 27. és 28. pontjai

⁵² VJ/12-55/2003. számú határozat 9. pontja

⁵³ VJ/153-56/2002. számú határozat 2. pontja

⁵⁴ VJ/1-35/2024. számú észrevétel 31-33. pontjai

⁵⁵ VJ/1-35/2024. számú észrevétel 32. és 38. pontjai

50. Az eljárás alá vont véleménye szerint a fogyasztók által észlelt üzenet, azaz, hogy a termék tartalmaz teljes kiőrlésű lisztet, megfelelt a valóságnak, ugyanis a fogyasztók számára köztudott, hogy a teljes kiőrlésű termékek jellemzően nem kizárólag teljes kiőrlésű lisztből készülnek – és a termékek között is eltérések mutatkozhatnak ezek arányában – és ez megfelel az esetleges fogyasztói elvárásnak is, azaz, hogy a fogyasztók szervezetébe több rost jusson, szemben azokkal a termékekkel, melyek nem tartalmaznak teljes kiőrlésű lisztet.⁵⁶

IV.2.4. A fogyasztók ügyleti döntésének, a kereskedelmi gyakorlat ügyleti döntésekre gyakorolt hatásának értékelése

51. A Lidl álláspontja szerint a GVH gyakorlata is arra mutat, hogy a fogyasztók körében jelentős szerepe van az ár kérdésének, azonban a vizsgálat során nem tárta fel megfelelően, hogy az inflációs időszakban az ár mellett a vizsgált kereskedelmi kommunikáció egyáltalán hatást gyakorolt-e a fogyasztókra az ügyleti döntéseik meghozatala során, melyet a GVH köteles lett volna feltárni.⁵⁷
52. Az eljárás alá vont előadta, hogy a vizsgálat figyelmen kívül hagyta, hogy a fogyasztók egyre több ismerettel és tapasztalattal rendelkeznek a teljes kiőrlésű termékekről, valamint a két azonosított fogyasztói kör esetében nem vette figyelembe azon magatartást, hogy folyamatosan keresik az étrendbe beilleszthető termékeket és az információkat róluk, így ezen fogyasztók előtt már ismert a piacon lévő termékek teljes kiőrlésű tartalmának mértéke, így az ő vonatkozásukban magasabb szintű tájékozottság áll fenn.⁵⁸
53. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint a cukorbetegségben vagy inzulinrezisztenciában szenvedő fogyasztók esetében elvárt, hogy tájékozódjanak az ügyleti döntésük meghozatala előtt az élelmiszerekről – figyelemmel arra is, hogy vannak olyanok is, akik nem fogyaszthatnak túl magas teljes kiőrlésű lisztet tartalmazó termékeket –, amelyet a Lidl minden lehetséges módon támogatott, így elérhetővé tette a gyártmánylapokat, illetve a polccímkéket, és a QR-kód segítségével a termékek pontos összetevőit.⁵⁹
54. Az eljárás alá vont álláspontja szerint a GVH gyakorlata – figyelemmel a VJ/34/2022. számú ügyre, amelyben megfelelő eszközként ismerték el a QR-kódos tájékoztatást – ellentétes a vizsgálati jelentés azon megközelítésével, hogy nem várható el a fogyasztóktól, hogy QR-kódos árcímke útján ismerjék meg a termék összetevőit, miközben ez a Lidl véleménye szerint összhangban van a zöld állításokról szóló európai parlamenti és tanácsi irányelv⁶⁰ elfogadás előtt álló tervezetének (36) preambulumbekzdésével, valamint az 5. cikk (6) bekezdésével.⁶¹

IV.2.5. Megtévesztés az összetétel vonatkozásában

55. Az eljárás alá vont megítélése szerint inkonzisztens módon került megállapításra a felhasználandó teljes kiőrlésű liszt aránya, mely vonatkozásában kifejtette, hogy a termékek esetében nincsen olyan jogszabályi rendelkezés, mely a teljes kiőrlésű elnevezés használatához előírná a minimálisan felhasználandó teljes kiőrlésű liszt arányát, azonban a vizsgálati jelentés több ponton kísérletet tesz arra, hogy megállapítsa annak arányát.⁶²
56. Az eljárás alá vont különösen problémásnak ítélte meg azt a megállapítást, hogy reális az a fogyasztói elvárás, hogy „*az az összetevő, amelyről a terméket elnevezik, alapvetően határozza meg a termék jellegét – vagyis ez legyen a legfőbb összetevője*”⁶³, mivel a legfőbb összetevő, mint elvárás a Magyar Élelmiszerkönyv kenyerekre vonatkozó rendelkezéseitől eltérő és nem meghatározható kritérium, valamint gyakorlati szinten sem állja meg a helyét, mivel az egyes termékek megnevezése nem feltétlenül utal azok legfőbb összetevőjére (pl. a sajtos pogácsában 5% körül alakul a reszelt sajt aránya).⁶⁴

⁵⁶ VJ/1-35/2024. számú észrevétel 39-40. és 56. pontjai

⁵⁷ VJ/1-35/2024. számú észrevétel 42-44. pontjai

⁵⁸ VJ/1-35/2024. számú észrevétel 45-46. pontjai

⁵⁹ VJ/1-35/2024. számú észrevétel 48-49. pontjai

⁶⁰ Javaslat Az Európai Parlament és Tanács Irányelve a környezetbarát jellegre vonatkozó kifejezett állítások alátámasztásáról és ismertetéséről (a zöld állításokról szóló irányelv) COM(2023) 166 final

⁶¹ VJ/1-35/2024. számú észrevétel 51-54. pontjai

⁶² VJ/1-35/2024. számú észrevétel 57. pontja; lásd: VJ/1-30/2024. számú vizsgálati jelentés 60.,62.,63.,72.,74.,75.,88. pontjai

⁶³ lásd: VJ/1-30/2024. számú vizsgálati jelentés 75. pontja

⁶⁴ VJ/1-35/2024. számú észrevétel 58. pontja

IV.2.6. Eljárás alá vont nyilatkozata az egészségre gyakorolt hatás vonatkozásában

57. Az eljárás alá vont álláspontja szerint a vizsgált kereskedelmi kommunikációk nem minősülnek az élelmiszerekkel kapcsolatos, tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó állításokról szóló 1924/2006/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet 2. cikk (1) bekezdés 5. pont szerinti egészségre vonatkozó állításnak, ugyanis akkor abban az esetben is vizsgálati eljárást lehetne indítani a GVH-nak, ha egy vállalkozás termékének elnevezése valamilyen gyümölcs-zöldség utalást tartalmazna, hiszen a fogyasztók arra következtethetnének, hogy a termék kedvező hatással van az egészségükre. A Lidl nyilatkozata szerint a vizsgálati jelentés téves értelmezését alátámasztják a VJ/1-29/2024. számú beemelő feljegyzés 6a-c mellékletei is, mivel az Európai Bizottság nem önmagában a teljes kiőrlésű állítást vizsgálta, valamint az eljárás alá vont álláspontja szerint nincsenek olyan további bizonyítékok sem, melyek alapján „*meg lehetne azt itélni, hogy a vizsgálok szerinti kedvező egészségre gyakorolt hatás a teljes kiőrlésű liszt milyen arányú jelenléte esetén áll fenn és mikor nem, sőt, mikor fordul át kedvezőtlen hatásba.*”⁶⁵

IV.3. Az eljárás alá vont észrevétele⁶⁶ az előzetes álláspontra

IV.3.1. A Lidl általános észrevételei

58. Az eljárás alá vont jogi álláspontjában előadta, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlattal nem követett el jogsértést, így elsődlegesen kérte annak megállapítását, hogy a vizsgált magatartás a Tptv. 76. § (1) bekezdés o) pontja alapján nem jogsértő, így az Fttv. megsértése sem állapítható meg vele szemben, másodlagosan kérte az eljárás Tptv. 60/A. § (1) bekezdés b) pontja alapján történő megszüntetését, harmadlagosan a Tptv. 75. § (1) bekezdésének alkalmazásával a társaság által tett vállalások kötelezővé tételét⁶⁷, negyedlegesen az előzetes álláspont szerinti bírság mértékének csökkentését.⁶⁸

IV.3.2. A Lidl álláspontja a hatósági eljáráshoz való jog sérelméről

59. Az eljárás alá vont előadta, hogy az eljáró versenytanács az együttműködés követelménye és a jóhiszeműség elve szerinti mértékben nem adott számot az előzetes álláspontjában a társaság vizsgálati jelentéssel kapcsolatban tett főbb észrevételeire⁶⁹ vonatkozó álláspontjáról, ezzel kiüresítve a vizsgálati jelentés által kezdeményezett észrevételezés intézményét és megsértve az együttműködési kötelezettségét és a jóhiszeműség elvét. A Lidl álláspontja szerint az eljáró versenytanács megfosztotta őt a tisztességes hatósági eljáráshoz való jogától, és ezzel megsértette az Alaptörvény XXIV. cikkének (1) bekezdését, illetve az Ákr. 1. §-ának (1) bekezdését, 2. §-a (2) bekezdésének a) pontját és 6. §-ának (1) bekezdését.⁷⁰

IV.3.3. A Lidl álláspontja az Fttv. szerinti eljárás büntetőjogi jellegéről

60. A Lidl álláspontja szerint a GVH Fttv. alapján lefolytatott eljárásai büntetőjogi jellegűnek minősülnek, így ezen eljárásokban is irányadó a bizonyítási mérce, tehát, hogy az általános hatósági bizonyítási kötelezettséghez képest a bizonyítottság magasabb foka az elvárt, a kétséget kizáróan nem bizonyított tényeknek a terhelt terhére való értékelés tilalma, az, hogy a GVH által megállapított tényállásnak ellentmondásmentes bizonyítékokon kell nyugodnia, és hogy a GVH-t terhelő bizonyítási kötelezettséget oldó rendelkezések szűken értelmezendők, tehát az Fttv. 14. § csak a vállalkozás által tett tényállítás vonatkozásában fordítja meg a bizonyítási terhet, más kérdésekben nem, így a tényállást, az érintett fogyasztói kört, az üzenetet, a döntés befolyásolására való alkalmasságot a GVH-nak kell bizonyítania.⁷¹

⁶⁵ VJ/1-35/2024. számú észrevétel 60-63. pont

⁶⁶ VJ/1-49/2024.

⁶⁷ Az eljárás alá vont sem a korábbi beadványaiban, sem a későbbiekben semmilyen tartalmú kötelezettségvállalási indítványt nem tett, kötelezettségvállalási indítványként kizárólag ez az egy fordulat szerepel előadásaiban, így az eljáró versenytanács vélelmezi, hogy adminisztratív hibából szerepelt (maradt) ez a rész a beadványban.

⁶⁸ VJ/1-49/2024. számú észrevétel preambulumban

⁶⁹ Különösen az alábbiakról: (i) az eljárás büntetőjogi jellegével és ennek következményeivel összefüggésben, (ii) a 2016-os kutatás elfogadhatatlanságának tárgyában, illetőleg (iii) a fogyasztók QR-kód útján történő tájékoztatása kapcsán tett előadásokkal kapcsolatos álláspontjáról.

⁷⁰ VJ/1-49/2024. számú észrevétel 9–10. pontjai

⁷¹ VJ/1-49/2024. számú észrevétel 12. pontja

IV.3.4. A Lidl álláspontja a 2016-os kutatás kapcsán

61. Az eljárás alá vont előadta, hogy az előzetes álláspontban többször hivatkozott 2016-os online kutatás nem reprezentatív, az eljáró versenytanács ennek következményeit nem vonja le, ezt a tényt nem ütközteti saját, a vizsgálati jelentéssel kapcsolatban a Lidl által ismertetett gyakorlatával.⁷²
62. A Lidl megítélése szerint a 2016-os kutatás nem felel meg a Versenytanács kutatásokkal kapcsolatban meghatározott követelményeinek, ugyanis az az eljáró versenytanács szerint sem minősül reprezentatívnak, nem ismertek a kutatás módszerei és mintavétel körülményei, valamint nem állnak rendelkezésre nyers adatok. Eljárás alá vont kiemelte, hogy a kutatás nem is áll az eljáró versenytanács rendelkezésére, hiszen az iratok között csak egy weboldalon megjelent ismertető látható.⁷³
63. Az eljárás alá vont álláspontja szerint a 2016-os kutatás nem felel meg az időszerűség, aktualitás követelményének, mivel az több évvel a vizsgálattal érintett időszakot megelőzően készült, egy folyton változó piacon. A Lidl e körben hivatkozott a Covid-19 járvány hatásaira, miszerint megváltoztak a vásárlási szokások, így megnőtt az élelmiszerek iránti online kereslet és ez hatással volt a fogyasztók tájékozódására és a termékek közötti választására is. Az eljárás alá vont kiemelte, hogy a 2016-os kutatás szerint a termék árát csak a válaszadók kisebb hányada sorolta a legfőbb szempontnak a vásárlásaik során, azonban véleménye szerint az elmúlt évek során annyiban változtak a fogyasztói szokások, magatartások az áremelkedések hatására, hogy az ár meghatározó lett az élelmiszerek vásárlása során.⁷⁴
64. Az eljárás alá vont előadta, hogy amennyiben a 2016-os kutatással előadottakkal kapcsolatban az eljáró versenytanács nem ért egyet, úgy „*kéri a t. Versenytanácsot, döntésében külön is erősítse meg, hogy a jövőre nézve a Társaság helyesen értelmezi a t. Versenytanács 2016-os kutatással kapcsolatos magatartását: egy versenyfelügyeleti eljárásban a t. Versenytanács magas bizonyító erővel rendelkező bizonyítékként elfogadhatónak tartja azt az eljárás alá vont vállalkozás által hivatkozott kutatást, amely*
- a. nem reprezentatív,*
 - b. nem aktuális, nem időszerű, több évvel korábban került lefolytatásra egy változó piacon,*
 - c. nem ismert, hogy megfelel-e a kutatásokkal szemben támasztott további követelményeknek,*
 - d. nem is áll rendelkezésre, csak a kutatásnak a sajtóban történt ismertetése”.*⁷⁵

IV.3.5. A Lidl álláspontja az érintett fogyasztói csoportok és átlagfogyasztó meghatározása kapcsán

65. Az eljárás alá vont előadta, hogy a vizsgálati jelentésben kettő, míg az előzetes álláspontban három fogyasztói kört határozott meg a versenytanács, azonban kiemelte, hogy nem kellő részletességgel került azonosításra a kereskedelmi gyakorlattal érintett fogyasztók köre, mivel legalább még egy fogyasztói kör azonosítható, méghozzá azon fogyasztók csoportja, akik a vizsgálattal érintett termékeket az áruk miatt vásárolják, és ez azt eredményezi, hogy a vizsgálat nem tudta megfelelően feltárni és azonosítani a vizsgált kommunikációkkal elért fogyasztói csoportokat és a fogyasztók jelen ügy szempontjából releváns magatartásukat.⁷⁶
66. Az eljárás alá vont megítélése szerint az egészséges táplálkozást előnyben részesítő fogyasztók esetében az elmúlt években nőtt a fogyasztói tudatosság, széles körben tájékozódnak a vásárlást megelőzően, így a termékek összetételét folyamatosan vizsgáló fogyasztók előtt közismert, hogy a pékáruk összetétele változatos és termékenként eltérő lehet.⁷⁷
67. A Lidl álláspontja szerint a cukorbeteg és inzulinrezisztenciában szenvedők csoportjába tartozó fogyasztók esetében – amint azt az előzetes álláspont 86. pontja is alátámasztja – a betegségük fokozottabb tájékozódást kíván meg az egészséges fogyasztókhöz képest, és esetükben elvárt, hogy tudatosan és kivételtől mentesen tájékozódjanak az élelmiszerekről, ugyanis az előzetes álláspontban kifejtett szakmai irányelvek szerint is, a bevitt szénhidrát mennyiségét személyre kell szabni, amely feltételezi a körülmények és a folyamatos tájékozódást e fogyasztók részéről. Az eljárás alá vont megítélése szerint, a cukorbeteg és inzulinrezisztenciában szenvedők csoportjába tartozó fogyasztók az átlagosnál magasabb szintű tájékozottsággal bírnak, ugyanis folyamatosan tájékozódnak az általuk elfogyasztott

⁷² VJ/1-49/2024. számú észrevétel 15. pontja

⁷³ VJ/1-49/2024. számú észrevétel 16. és 19. pontjai

⁷⁴ VJ/1-49/2024. számú észrevétel 18–20. pontjai

⁷⁵ VJ/1-49/2024. számú észrevétel 21. pontja

⁷⁶ VJ/1-49/2024. számú észrevétel 22–23. pontjai

⁷⁷ VJ/1-49/2024. számú észrevétel 24–25. pontjai

élelmiszereket illetően, éppen ezért a Lidl a vizsgált időszak során folyamatosan elérhetővé és könnyen megismerhetővé tette a fogyasztók részére a termékek összetevőit és szénhidrát adatait a termékek polccímkején, illetve később, a digitalizáció előrehaladtával a fogyasztói elvárásoknak megfelelően az ott elhelyezett QR-kód útján, így esetükben a vizsgált kommunikációk megtévesztésre való alkalmassága fel sem merülhet.⁷⁸

68. A Lidl előadta, hogy az eljáró versenytanács által azonosított azon fogyasztói csoport esetében, akik szerint az íz a meghatározó, jelen eljárásban vizsgált és a versenytanács szerint aggályos magatartás nem bír érdemi jelentőséggel az üzleti döntéseik meghozatala során.⁷⁹
69. A Lidl nyilatkozata szerint a versenytanács nem határozta meg az átlagfogyasztót, azonban fogyasztói csoportonként szükség lett volna rögzíteni az átlagfogyasztó ismérveit, ugyanis azok eltérő sajátosságokkal bírhatnak, valamint kiemelte, hogy a jelen vizsgálat nem tárta fel azokat a körülményeket, tényeket, amelyek szükségesek lennének az alapul szolgáló fogyasztói magatartás feltárásához. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint, mivel nem történt meg az átlagfogyasztó és a fogyasztói magatartás meghatározása, nem elegendő az arra történő hivatkozás, hogy ha volt olyan fogyasztó, akit megtéveszthetett az adott kereskedelmi gyakorlat, akkor már fennáll az alkalmasság.⁸⁰

IV.3.6. Eljárás alá vont álláspontja a kommunikáció üzenetéről

70. Az eljárás alá vont megítélése szerint az eljáró versenytanács nem megfelelően azonosította a vizsgált kereskedelmi kommunikáció fogyasztók által észlelt üzenetét, valamint megalapozatlannak tartja a GVH azon állítását, hogy egy konkrétan meghatározott minimális teljes kiőrlésű lisztarány lenne elvárt, és azon belül is miért pont legalább 50%-os teljes kiőrlésű lisztarány lenne az elvárt, ugyanis ezt a GVH semmilyen indokolással és bizonyítékokkal nem támasztotta alá.⁸¹
71. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint az, hogy a teljes kiőrlésű jelző a termékek fő összetevőjére, a lisztre utal, semmilyen összefüggésben nem áll azzal, hogy az észszerűen tájékozott átlagfogyasztó milyen arányú teljes kiőrlésű lisztartalomra asszociál.⁸²
72. Az eljárás alá vont előadta, hogy az előzetes álláspont is elismeri, hogy számos olyan recept létezik, amely 50%-nál kisebb lisztarány mellett nevezi a terméket teljes kiőrlésűnek, így az a tény, hogy nagy számú ilyen recept van, már önmagában elegendő ahhoz, hogy megalapozatlannak minősüljön az a következtetés, hogy csak olyan termékek esetében lehetne jogszerű a teljes kiőrlésű jelző használata, amelyek 50%-ot meghaladó részben készülnek teljes kiőrlésű lisztből.⁸³
73. Az eljárás alá vont előadta, hogy az előzetes álláspont önellentmondásos, mivel ténymegállapítást tesz abból a szempontból, hogy a fogyasztók „jelentős része” úgy gondolja, hogy a teljes kiőrlésűnek nevezett termékek mind 100%-ban teljes kiőrlésű lisztből készülnek, azonban a GVH az előzetes álláspontban kifejtett következtetése szerint „csak” 50%-nál magasabb teljes kiőrlésű lisztarányt követel meg. Az eljárás alá vont megítélése szerint, mivel a termékek teljes kiőrlésű lisztet is tartalmaznak, ez egy olyan lényeges tulajdonság, amely meghatározza azok élvezeti értékét is, így erre jogszerűen hivatkozhatnak a termékek elnevezésében is, a lisztarány mértékétől függetlenül.⁸⁴

IV.3.7. A Lidl nyilatkozata a megtéveszthetőség hiányáról

74. Az eljárás alá vont álláspontja szerint a teljes kiőrlésű jelző minden fogyasztó számára releváns, hiszen azok jellegzetes megjelenéssel és ízvilággal bírnak, ezért az elnevezésben használt teljes kiőrlésű lisztre történő utalás az összes fogyasztó megfelelő tájékoztatását szolgálja. Az eljárás alá vont előadta, hogy az előzetes álláspont semmilyen indokolást nem ad arra vonatkozóan, hogy az 50% feletti teljes kiőrlésű lisztarány érzékelhetően eltérő és jobb egészségügyi hatásokat eredményezne, mint a termékek esetében

⁷⁸ VJ/1-49/2024. számú észrevétel 26. pontja

⁷⁹ VJ/1-49/2024. számú észrevétel 29. pontja

⁸⁰ VJ/1-49/2024. számú észrevétel 33–39. pontjai

⁸¹ VJ/1-49/2024. számú észrevétel 43–44. pontjai

⁸² VJ/1-49/2024. számú észrevétel 47. pontja

⁸³ VJ/1-49/2024. számú észrevétel 48. pontja

⁸⁴ VJ/1-49/2024. számú észrevétel 49. pontja

- fennálló 30% körüli arány, ezért az eljáró versenytanácsot terheli annak bizonyítása, hogy az 50% és a 30% körüli lisztarány értékelhető eltérést jelentene a fogyasztók számára.⁸⁵
75. Az eljárás alá vont álláspontja szerint a kereskedelmi gyakorlat azért nem volt alkalmas a fogyasztók megtévesztésére, mivel a fogyasztó sem tudja pontosan, hogy a termékekben milyen mértékűnek is kellene lennie a teljes kiőrlésű liszt arányának, és mivel az aránnyal kapcsolatban az ismereteik és a gyakorlat alapján sincs erre vonatkozóan konkrét előírás, így nem is lehet őket megtéveszteni a teljes kiőrlésű liszt arányával.⁸⁶
76. Az eljárás alá vont előadta, hogy amennyiben a szabályozók a péksütemények vonatkozásában is szükségesnek ítélték volna a teljes kiőrlésű kenyérhez hasonló szabályozást, akkor erre az elmúlt 8 évben sort kerítettek volna, illetve jelezte, hogy az előzetes álláspontban a holland Élelmiszer- és Fogyasztói Termékbiztonsági Hatóság gyakorlatára történő utalást nem tudja észrevételezni, mivel nem ismert előtte a holland szabályozás.⁸⁷

IV.3.8. A Lidl kérelme és indokai

77. Az eljárás alá vont – abban az esetben, ha a versenytanács nem látna lehetőséget annak megállapítására, hogy a vizsgált magatartás nem jogsértő – a Tpv. 60/A. § (1) bekezdés b) pontjára, valamint a GVH gyakorlatára⁸⁸ hivatkozással kérte az eljárás megszüntetését, ugyanis álláspontja szerint „*a vizsgálat nem tisztázta a tényállást a jogsértést megállapító határozat meghozatalához szükséges mértékben, különösen az átlagfogyasztó, az átlagfogyasztó releváns magatartása, a kereskedelmi gyakorlat ügyleti döntések befolyásolására való alkalmassága vonatkozásában*”.⁸⁹
78. A Lidl előadta, hogy a termékek elnevezése nem jogsértő, így nem tartja indokoltnak a bírság kiszabását, különösen azért, mivel ez idáig azon elvárás, hogy csak olyan termékeket lehetne teljes kiőrlésű elnevezéssel illetni, amelyek több, mint 50%-ban tartalmazznak ilyen lisztet, még nem jelent meg jogszabályokban, a versenyhivatal vagy más hatóságok gyakorlatában, és az nem vezethető le egyértelműen egyik jogforrásból sem.⁹⁰
79. Az eljárás alá vont megítélése szerint a bírság kiinduló összegének legalább egyharmadával való csökkentése indokolt, mivel az eljáró versenytanács szerint is több fogyasztói csoport különböztethető meg, és a Lidl álláspontja szerint ezek közül egyes fogyasztói csoportok, így az érintett termékekkel kapcsolatos ügyleti döntéseiket a termékek íze vagy ára által meghozó fogyasztókra eső árbevétel nem vehető figyelembe a bírság körében. Az eljárás alá vont előadta, hogy „*az előzetes álláspontban javasolt árbevétel alapú bírságolás kirívóan aránytalanul magas bírságot eredményez, különösen az állítólagos jogsértés súlyához és a társaság felróhatóságának hiányához viszonyítva*”.⁹¹
80. Az eljárás alá vont előadta, hogy a vizsgált magatartás alkalmatlan volt a versenytanács által sérülékenynek minősített fogyasztói kör, a cukorbetegségben vagy inzulinrezisztenciában szenvedő fogyasztók megtévesztésére, és a sérülékeny fogyasztói kör azért is nem azonosítható, mivel a termékek a fogyasztók teljes spektrumát célozzák, ezért mindez nem is vehető figyelembe súlyosító körülményként.⁹²
81. Az eljárás alá vont előadta, hogy a vizsgálat nem terjedt ki annak a kérdésnek a tisztázására, hogy a sérülékeny körbe tartozó fogyasztók milyen arányt képviselnek az érintett termékek megvásárló fogyasztók között, így amennyiben a GVH a súlyosító körülmény alkalmazása mellett döntene, úgy kéri, hogy a súlyosítás mértéke kisebb százalékban kerüljön meghatározásra.⁹³
82. Az eljárás alá vont előadta azon súlyosító körülmény kapcsán, hogy a jogsértő kereskedelmi gyakorlat huzamosabb ideig tartott, és széles fogyasztói kört érintett, hogy több fogyasztói csoport különböztethető meg, és egyeseknek az ügyleti döntésekre kiható módon történő megtévesztésére nem volt alkalmas a

⁸⁵ VJ/1-49/2024. számú észrevétel 55–57. pontjai

⁸⁶ VJ/1-49/2024. számú észrevétel 58. pontja

⁸⁷ VJ/1-49/2024. számú észrevétel 60–61. pontjai

⁸⁸ VJ/11/2020. 134-136. pont, VJ/35/2020. 187. pont., VJ/12/2020. 370. pont., VJ/24/2017., VJ/29/2017.

⁸⁹ VJ/1-49/2024. számú észrevétel 64–67. pontjai

⁹⁰ VJ/1-49/2024. számú észrevétel 70. pontja

⁹¹ VJ/1-49/2024. számú észrevétel 72–73. pontjai

⁹² VJ/1-49/2024. számú észrevétel 76–77. pontjai

⁹³ VJ/1-49/2024. számú észrevétel 79. pontja

kereskedelmi gyakorlat, valamint, hogy a huzamosság értékelése már benne van a kiinduló összegben, így a jelenlegi számítási mód a kétszeres értékelés tilalmába ütközik. Ez alapján az eljárás alá vont kérte a súlyosítóként jelzett körülmény figyelembevételének mellőzését, amennyiben erre nem lenne lehetőség, akkor a súlyosítás mértékének kisebb százalékban történő megállapítását.⁹⁴

83. Az eljárás alá vont álláspontja szerint a felróhatóság nem vehető figyelembe súlyosító körülményként, mivel nem született a teljes kiőrlésű liszt tartalmát érintő szabályozás a péksütemények vonatkozásában, így a termékekre nem irányadó szabályozásnak való megfelelés hiánya semmilyen módon sem lehet releváns és nem róható a társaság terhére.⁹⁵
84. Az eljárás alá vont a QR-kódos tájékoztatás megfelelése mellett érvelve hivatkozott az Európai Bizottságnak a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól szóló 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv értelmezéséhez és alkalmazásához kiadott iránymutatásait tartalmazó, 2021. december 29-i közleményére is, amely a 93/13/EGK tanácsi irányelvnek, valamint a 98/6/EK, a 2005/29/EK és a 2011/83/EU európai parlamenti és tanácsi irányelvnek az uniós fogyasztóvédelmi szabályok hatékonyabb végrehajtása és korszerűsítése tekintetében történő módosításáról szóló (EU) 2019/2161 európai parlamenti és tanácsi irányelv kapcsán, a kettős minőség szabályozásával összefüggésben ismerteti, hogy az (EU) 2019/2161 irányelv értelmében azoknak a kereskedőknek, akik jogszerű és objektív tényezők miatt eltérő áruváltozatokat forgalmaznak, továbbra is tájékoztatniuk kell erről a fogyasztókat és a tájékoztatás módját a kereskedőkre bízják, azzal, hogy a kereskedőknek előnyben kell részesíteniük az árucímkéken történő tájékoztatás alternatíváit (pl. ilyen egyéb mód lehet a csomagoláson található QR-kód révén elérhető tartalom).⁹⁶
85. Az eljárás alá vont előadta, hogy a társaság honlapján is könnyen elérhetőek a fogyasztók részére a tájékoztatások a termékek összetevőiről, és mivel – bár a versenytanács nem jelölt meg konkrét adatokat – a felnőtt lakosság 90%-a rendelkezik Magyarországon mobiltelefonnal a QR-kódok beolvasásához, így enyhítő körülményként kérte figyelembe venni a polccímeként történő tájékoztatás mellett a QR-kódos és a honlapi tájékoztatást is.⁹⁷
86. Az eljárás alá vont előadta, hogy amennyiben a versenytanács jogsértést állapítana meg, kiemelt súllyal vegye figyelembe enyhítő körülményként, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlat az elért fogyasztói körökre csak marginális hatással járhatott, esetükben nem lehet jelentősebb sérelmet vagy hátrányt azonosítani.⁹⁸
87. Az eljárás alá vont előadta, hogy az előzetes álláspont 134. pontjában ismertetett körülmények azt támasztják alá, hogy nem indokolt a bírság összegének emelése, ezért kérte a versenytanácsot, hogy a korrekció körében tekintszen el a bírság összegének emelésétől, ha erre nem lát módot, akkor pedig a jelzettnél kisebb mértékű emelést alkalmazzon.⁹⁹

IV.4. Az eljárás alá vont észrevétele a tárgyaláson¹⁰⁰ és azt követően¹⁰¹

88. Hivatkozott arra, hogy a tárgyaláson előadta, hogy a Lidl fenntartja az általa korábban előadottakat és az alábbiakban három kérdéskörben kívánt észrevételt tenni
1. általános észrevételek,
 2. annak ismertetése, hogy az előzetes álláspont a GVH saját megközelítése szerinti keretek között sem felel meg a jogszabályi előírások által meghatározott követelményeknek,
 3. annak bemutatása, hogy a GVH előzetes álláspontja szerinti megközelítése, a vizsgált magatartás vizsgálatának GVH által meghatározott keretei nem felelnek meg azoknak a követelményeknek, amelyek az uniós rendelkezéseket átültető hazai jogszabályi rendelkezések vonatkozásában figyelembe kell venni.
89. A Lidl általános észrevételként fenntartotta, hogy a jelen eljárás büntetőjogi jelleggel bír. A Lidl ezzel

⁹⁴ VJ/1-49/2024. számú észrevétel 80–83. pontjai

⁹⁵ VJ/1-49/2024. számú észrevétel 84–86. pontjai

⁹⁶ VJ/1-49/2024. számú észrevétel 93. pontja

⁹⁷ VJ/1-49/2024. számú észrevétel 95–96. pontjai

⁹⁸ VJ/1-49/2024. számú észrevétel 100. pontja

⁹⁹ VJ/1-49/2024. számú észrevétel 101–103. pontjai

¹⁰⁰ VJ/1-51/2024.

¹⁰¹ VJ/1-53/2024.

- kapcsolatos álláspontját részletesen kifejtette a vizsgálati jelentéssel kapcsolatos észrevételeit ismertető beadványában, ugyanakkor a Lidl álláspontja szerint erre a GVH az előzetes álláspontban semmit sem reagált, ezzel kiürésítve a vizsgálati jelentés GVH által kezdeményezett észrevételezésének intézményét. A Lidl szerint ezáltal sérelmet szenved a tisztességes hatósági eljáráshoz való joga.
90. Ennek kapcsán előadta, hogy véleménye szerint nem az az elvárás, hogy a GVH mindig minden ügyben minden eljárás alá vonti álláspontot elfogadjon, az ugyanakkor a tisztességes hatósági eljárás követelményére tekintettel elvárás, hogy a GVH reagáljon az eljárás alá vonti előadásokra, különösen olyan esetben, amikor ő maga kezdeményezi az eljárás alá vont álláspontjának kifejtését. Ennek elmaradása sérti az eljárás alá vont tisztességes hatósági eljáráshoz való jogát, s azt jelenti, hogy a GVH nem tesz eleget együttműködési kötelezettségének, a jóhiszemű eljárás követelményének.
91. A Lidl szerint a jelen eljárás nem felel meg a büntetőjogi jellegből fakadó követelményeknek (mely jelleg kihatással van a bizonyítási sztenderdekre is, így például csak kétséget kizáró bizonyítékok alapján állapítható meg jogsértés), amely igen markánsan mutatkozik meg az ún. 2016-os kutatás vonatkozásában.
92. Második pontban arra hivatkozott, hogy az eljárás a GVH saját megközelítése szerinti keretek között sem felel meg a jogszabályi előírások által állított követelményeknek, különösen négy kérdés (2016-os kutatás, fogyasztói kör, fogyasztók által észlelt üzenet és tényállásfeltárási és bizonyítási kötelezettség megsértése) kapcsán.
93. A Lidl ismételten kiemelte, hogy álláspontja szerint a GVH rendelkezésére nem is álló és a Lidl által sem megismerhető ún. 2016-os kutatás nem felel meg a kutatásokkal kapcsolatban a GVH által meghatározott követelményeknek. Az előzetes álláspontra adott észrevételeket ismertető beadványban előadottakon túl a Lidl a kutatásokkal szembeni elvárások kapcsán visszautalt a GVH által a VJ/19/2023. Lidl ügyben hozott határozat 107. és 108. pontjában leírtakra, annak kiemelésével, hogy a jelen esetben még vizsgálni sem lehet azt, hogy a kutatás megfelel-e a kutatásokkal szemben támasztott elvárásoknak, mivel a 2016-os kutatás nem is áll rendelkezésre.
94. Előadta, hogy a GVH a VJ/19/2023. Lidl ügyben hozott határozat 111. pontjában utalt az időszerűség követelményére is - amelynek teljesülése a 2016-os kutatás kapcsán nyilvánvalóan fel sem merül. Történik mindez egy olyan piacon véleménye szerint, amely az elmúlt években jelentősen átalakult, s amelyen a fogyasztók jelen ügy szempontjából releváns ismeretei, tapasztalatai folyamatosan nőttek. E körben előadta, hogy éppen a GVH állapította meg a VJ/19/2023. határozat 111. pontjában, hogy "az érintett FMCG piacon az elmúlt években különösen gyorsan változott a gazdasági környezet, változtak a fogyasztói szokások, gyorsult az infláció különösen az élelmiszerek piacán."
95. Előadta, hogy a módosuló fogyasztói szokásokról ismertek további újabb adatok is, például Buglyó-Nyakas Erzsébet Tünde és Gál Tímea *"Az egészség ára - az egészségesnek vélt élelmiszerek iránti fogyasztási és vásárlási szokások vizsgálata, kiemelt tekintettel az árra"* című tanulmányából, (Táplálkozásmarketing 2023/2.), amely szerint az üzletválasztás szempontjából a kényelmi faktorok és az árak mellett a minőség, az akciók, a frissesség, a széles választék és a szakértői segítségnyújtás a legfőbb szempontok között szerepel, s a kutatás eredményei alapján felértékelődött a boltban való tájékozódás és egyre nagyobb szerepet kapnak a kedvezőbb árak az üzlet kiválasztásakor. A kedvezményeket illetően a preferált információforrások az applikációk és az online újságok.
96. Véleménye szerint megállapítható, hogy a VJ/19/2023. eljárásban a GVH - eltérő mércét alkalmazva - olyan követelményeket fogalmazott meg a kutatási anyaggal szemben, amelyeket a jelen esetben a 2016-os kutatás nem teljesít, erre figyelemmel kérte a GVH-t, a jelen eljárásban meghozott döntésében külön is erősítse meg, hogy a jövőre nézve a Lidl helyesen értelmezi a GVH 2016-os kutatással kapcsolatos magatartását: egy versenyfelügyeleti eljárásban a GVH magas bizonyító erővel rendelkező bizonyítékként elfogadhatónak tartja azt az eljárás vont vállalkozás által hivatkozott kutatást, amely
- nem reprezentatív,
 - nem aktuális, nem időszerű, több évvel korábban került lefolytatásra egy változó piacon,
 - nem ismert, hogy megfelel-e a kutatásokkal szemben támasztott további követelményeknek,
 - nem is áll rendelkezésre, csak a kutatásnak a sajtóban történt ismertetése.
97. A Lidl fenntartotta azon álláspontját, mely szerint a GVH nem a kellő részletezettséggel azonosította a kereskedelmi gyakorlattal érintett fogyasztók körét (köreit), illetve a fogyasztók Fttv. vonatkozásában releváns jellemzőit, amely azt is eredményezi, hogy az eljárással érintett kommunikációk fogyasztók felé közvetített üzenetének meghatározása is helytelenül történt meg.

98. Álláspontja szerint az érintett fogyasztói csoportok között azonosítható egy olyan csoport is, amely esetén a fogyasztó a termékek árát veszi figyelembe, azok határozzák meg ügyleti döntéseit. Ez különösen nagy jelentőséggel bír egy inflációs időszakban.
99. A Lidl szerint a GVH tehát az érintett fogyasztók körét nem megfelelően azonosította, amely azt is eredményezte, hogy a kereskedelmi kommunikációk fogyasztók számára közvetített üzenete sem került megfelelően azonosításra.
100. A Lidl szerint a GVH nem megfelelően azonosította a vizsgált kereskedelmi kommunikáció fogyasztók által észlelt üzenetét, a fentiekben hivatkozott következtetése megalapozatlan és téves. Véleménye szerint az előzetes álláspont semmilyen elfogadható indokolást és bizonyítást nem tartalmaz arra, hogy az észlelt üzenet miért egy konkrétan meghatározott minimális teljes kiőrlésű lisztarány lenne, és azon belül is miért pont legalább 50%-os teljes kiőrlésű lisztarány lenne az elvárt. Mindezt az előzetes álláspont csak állítja, de nem bizonyítja.
101. A Lidl szerint az előzetes álláspont önkényesen és megalapozatlanul jut arra a következtetésre, hogy a fogyasztók által észlelt üzenet a Termékek elnevezése kapcsán az lett volna, hogy a Termékek legalább 50%-ban tartalmaznak teljes kiőrlésű lisztet. Ezzel szemben a Lidl álláspontja szerint a fogyasztói üzenet az volt, hogy a Termékek tartalmaznak teljes kiőrlésű lisztet.
102. A Lidl jelezte, hogy véleménye szerint téves az a jogértelmezés, miszerint elegendő a jogsértés megvalósításához, „ha vannak olyan fogyasztók, akik számára úgy is érthető” a kommunikáció (adott esetben a termék neve), hogy a termék túlnyomórészt teljes kiőrlésű lisztből készült.
103. Előadta, hogy egyes kommunikációs eszközök esetében a GVH figyelmen kívül hagyja saját korábbi gyakorlatát a helyszínen beszerezhető információk jelentőségéről, illetve azt, hogy a lisztarányról polccímkén történő tájékoztatás, majd az érintett termékek összetevőit illetően egy QR kód segíti a fogyasztók tájékozódását. Ezzel kapcsolatban a Lidl példaként utal a VJ/112/2014. ügyben hozott határozat 106. pontjára és a VJ/36/2012. számú ügyben hozott határozat 138. pontjára, amelyből megállapíthatóan a beltéri (pl. az üzlethelyiségen belül alkalmazott) kommunikációs eszközök esetén a fogyasztóknak lehetőségük lehet a kommunikációs eszköz alaposabb, nemcsak a fősorokra korlátozódó tanulmányozására, illetőleg a vállalkozás munkatársaitól, partnereitől stb. azonnal kiegészítő információkhoz juthatnak. A jelen esetben mindezt a GVH nem veszi figyelembe. Ez kiemelkedő jelentőséggel bír például a cukorbeteg/inzulinrezisztensek GVH által azonosított köre esetében, mivel nekik mindig kellő körültekintést kell tanúsítaniuk az általuk megvásárolt és elfogyasztott élelmiszerekkel kapcsolatban. Nem terjedt ki a vizsgálat annak feltárására sem, hogy a megváltozott fogyasztói szokások eredményeként az elmúlt években már a fogyasztók jelentős része használja az olyan applikációkat, amelyek révén információkhoz juthatnak a megvásárolható termékekkel, adott esetben azok összetételével kapcsolatban. Ezek esetében tehát nem arról van szó, hogy a döntési folyamat másik szakaszában jut a fogyasztó további információkhoz, hanem ugyanabban a döntési szakaszban, akár a televíziós reklám megtekintésével együtt.
104. A Lidl az előzetes álláspontban foglaltakkal összefüggésben felhívja a figyelmet arra a vizsgálat által nem vizsgált, fel nem tárt körülményre, hogy jogszabályi rendelkezések szólnak a nem előrecsomagolt élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásról. Az élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásról szóló 36/2014. (XII. 17.) FM rendelet alapján például az allergénekről való tájékoztatás esetén a helyszínen kapható szóbeli tájékoztatás is megfelelőnek minősül. E szabályozás egyben azt is tükrözi, hogy a jogalkotó szerint az allergiás fogyasztók esetében elvárt egy fokozott tájékozódás - amely megítélése szerint fennáll a cukorbetegséggel, illetve inzulinrezisztenciával érintett fogyasztók esetében is.
105. A Lidl a tényállásfeltárási és a bizonyítási kötelezettség megsértése körben is fenntartotta az általa az eljárás során előadottakat, s két példával kívánta alátámasztani, hogy a GVH elmulasztotta az őt terhelő tényállásfeltárási, illetve bizonyítási kötelezettség teljesítését.
106. A Lidl hivatkozott arra, hogy a GVH figyelmen kívül hagyja a sütés-technológiai követelményeket. Az előzetes álláspont 109. pontja elutasította a Lidlnek a sütés-technológiai körülményekre történő hivatkozását. Annak alátámasztására, hogy a GVH álláspontja megalapozatlan, melynek háttérében a releváns tényállás fel nem tárása és a bizonyítási kötelezettség megsértése áll, a Lidl hivatkozik a “Pékmester. Felkészülést segítő jegyzet, oktatási segédanyag” című, a Nemzeti Agrárgazdasági Kamara megbízásából 2022-ben készült kiadványra¹⁰², amely a 183. oldalán a teljes kiőrlésű liszttel készült leveles

¹⁰² Elérhetőség: <https://www.nak.hu/images/2022/Szakkepzes/Pkmester-jegyzet.pdf>

- termékek kapcsán egyrészt rögzíti, hogy "a péksüteményekre és a finom pékárukra nincs olyan szabályozás, amely a teljes kiőrlésű megnevezés használatát szabályozza", másrészt kiemeli: "A technológiai tapasztalatok alapján a teljes kiőrlésű búzaliszt maximális aránya a leveles termékeknel: 50%."
107. Véleménye szerint a kiadványban foglaltak azt támasztják alá, hogy a sütési-technológiai követelmények érintett termékeként történő feltárása - mielőtt e körben a GVH bármilyen megállapítást tenne - elengedhetetlen lett volna, azonban ezt a GVH elmulasztotta.
108. Megjegyzi a Lidl, hogy e körben a 2005/29/EK irányelv (18) preambulumbekzdése, illetve az Fttv. 14. §-a nyilvánvalóan nem írja felül a GVH-t terhelő tényállás-feltárási és bizonyítási kötelezettséget.
109. A Lidl hivatkozott a szakmai konszenzus hiányára az egészségügyi hatás vonatkozásában, e körben előadta, hogy az előzetes álláspont 116. pontja szerint nincs arra vonatkozó szakmai konszenzus, hogy az 50% alatti arány (jelen esetben még ennél is alacsonyabb 30% körüli arány) már elegendő a várt egészségügyi hatások kiváltásához, sőt, a kenyerekre vonatkozó szabályozás alapján inkább ennek az ellenkezője feltételezhető.
110. Előadta, hogy az előzetes álláspontból nem állapítható meg, hogy a GVH a szakmai konszenzus hiányára vonatkozó megállapítást milyen szakmai anyagokra alapozza, miközben erre a megállapításra is irányadó, hogy az ilyen megállapítások vonatkozásában a 2005/29/EK irányelv (18) preambulumbekzdése, illetve az Fttv. 14. §-a nem írja felül a GVH-t terhelő tényállás-feltárási és bizonyítási kötelezettséget.
111. A Lidl megjegyezte továbbá, hogy a GVH megállapítása azt is jelenti, abban sincs szakmai konszenzus, hogy az 50% alatti arány nem elegendő a várt egészségügyi hatások kiváltásához.
112. Hivatkozott¹⁰³ arra is, hogy a GVH megközelítése és az általa az eljárás kapcsán kialakított keret nem felel meg az uniós követelményeknek, mivel álláspontja szerint a vizsgált magatartás vizsgálatának GVH által meghatározott keretei nem felelnek meg azoknak a követelményeknek, amelyek az uniós rendelkezéseket átültető hazai jogszabályi rendelkezések vonatkozásában figyelembe kell venni.
113. E körben előadta, hogy az Fttv. az uniós jog átültetését szolgálja és az Fttv. rendelkezéseinek értelmezése és alkalmazása során kiemelkedő jelentőséggel bír, hogy az Fttv. a 2005/29/EK irányelv átültetését szolgálja, s így az Fttv.-ben foglaltak értelmezése és alkalmazása során megkerülhetetlen a 2005/29/EK irányelv rendelkezéseinek, az Európai Unió Bíróságának jogértelmezéseinek a figyelembevétele¹⁰⁴. Ezt követeli meg az uniós szabályozás tényleges érvényesülésének elve, illetve az az uniós jog egységes alkalmazásának a követelménye is. Ez utóbbiból az is következik, hogy a tagállami jogokra kifejezett utalást nem tartalmazó uniós jogi rendelkezést az egész Európai Unióban önállóan és egységesen kell értelmezni. A fentiek különösen azért bírnak jelentőséggel, mert lényeges eltérések mutatkoznak a 2005/29/EK irányelv és az Fttv. rendelkezései között, így például amíg a 2005/29/EK irányelv 5. cikke (2) bekezdésének b) pontja az átlagfogyasztó gazdasági magatartásának jelentős torzításáról rendelkezik, addig az Fttv. 3. § (2) bekezdés b) pontja a fogyasztói magatartás torzításáról tesz említést, nem térve ki az átlagfogyasztói minőségre és a torzítás jelentős voltára, amíg a 2005/29/EK irányelv 6. cikk (1) bekezdése az átlagfogyasztó félrevezetéséről rendelkezik, addig az Fttv. 6. § a fogyasztóról szól, nem az átlagfogyasztóról.
114. Előadta, hogy az Fttv. 3. §-a (2) bekezdésének és 6. §-a (1) bekezdésének (illetve az Fttv. más rendelkezéseinek) értelmezése és alkalmazása során figyelemmel kell lenni a 2005/29/EK irányelv és az Fttv. közötti eltérésekre, az Fttv. rendelkezéseinek értelmezése és alkalmazása során szem előtt tartva az uniós értelmezéseket, követelményeket.
115. Az átlagfogyasztó mint mérce kapcsán előadta, hogy a 2005/29/EK irányelv (18) preambulumbekzdése egyértelműen rögzíti, hogy az átlagfogyasztót veszi viszonyítási alapul. Az Európai Bizottság a 2005/29/EK értelmezéséhez és alkalmazásához kiadott 2021. évi iránymutatásában (2021/C 526/01) aláhúzza,
„Amint az a (18) preambulumbekzdésben szerepel, illetve az 5-9. cikkben részletesebben kifejtésre került, a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv által a kereskedelmi gyakorlat hatásának értékeléséhez használt viszonyítási pont az „átlagfogyasztó” fogalma.”
116. Ennek megfelelően a 2005/29/EK irányelv alapján valamely kereskedelmi gyakorlat értékelése során elengedhetetlen az átlagfogyasztó meghatározása. Amint arra Európai Unió Bírósága a C-450/22. ügyben

¹⁰³ VJ/1-53/20124. I.3.

¹⁰⁴ Vö. pl. BH2019. 304., Kúria Pfv.V.20.152/2020/7., Kúria Gfv.30.043/2022/4.

hozott ítéletének¹⁰⁵ (a továbbiakban: Caixabank SA és társai ítélet) 52. pontjában rámutat,

„éppen az érintett közönség heterogenitása teszi szükségessé az átlagos fogyasztó jogi fikciójának alkalmazását, mivel e heterogenitás miatt lehetetlen az e közönséget alkotó valamennyi személy egyéni észlelését vizsgálni, e fikció abban áll, hogy az átlagos fogyasztót egyetlen és ugyanazon absztrakt entitásnak tekintik, amelynek átfogó észlelése releváns a vizsgálata szempontjából.”

117. A Lidl fenntartotta az előzetes álláspontra tett észrevételeit, így azt is, amely szerint a jelen esetben nem történt meg az átlagfogyasztó és az átlagfogyasztó alapul vett magatartásának meghatározása, márpedig a megtévesztésre való alkalmasságot az átlagfogyasztó szempontjából kell megítélni, és nem elegendő az arra történő hivatkozás, hogy ha volt olyan fogyasztó, akit megtéveszthetett az adott kereskedelmi gyakorlat, akkor már fennáll az alkalmasság.

118. Ezzel a megközelítéssel összhangban mutat rá az Európai Bizottság a 2005/29/EK értelmezéséhez és alkalmazásához kiadott 2021. évi iránymutatásában (2021/C 526/01), hogy

„A nemzeti végrehajtó hatóságoknak [...] ki kell vizsgálniuk minden egyes eset (in concreto) tényeit és körülményeit, de azt is értékelniük kell, hogy a gyakorlat milyen 'valószínűsíthető' hatást gyakorol az átlagfogyasztó üzleti döntésére (in abstracto).”

119. A Lidl szerint nem felel meg a valóságnak az előzetes álláspontnak egy olyan értelmezése, amely szerint a GVH abban meghatározott egy átlagfogyasztót, mivel az nem történt meg. Az ugyanakkor tudható, hogy a GVH az előzetes álláspont 80. pontjában három fogyasztói kört azonosított, (ugyanakkor a három fogyasztói kör meghatározásának átlagfogyasztói mérce körében releváns következményeit nem vonta le):

- akik számára jelentőséggel bír az egészséges táplálkozás és egészségesnek mondott étkezés, életmód, illetve az egészségmegőrzés,
- akik cukorbetegségben vagy inzulinrezisztenciában (szénhidrátanyagcsere-zavarban) szenvednek, akik számára a rostban gazdag, teljeskiőrlésű gabonákat tartalmazó termékek fogyasztása ajánlott, valamint
- azon természetes személyek is, akik az íze miatt jobban szeretik ezen termékeket.

120. A Lidl szerint ismert, hogy

- Magyarországon a lakosság mindössze 10%-a táplálkozik egészségtudatosan¹⁰⁶,
 - a felnőtt cukorbetegek száma Magyarországon 2021-ben 661,4 ezer fő volt¹⁰⁷,
- így az átlagfogyasztó nyilvánvalóan nem lehet a fogyasztók kisebb részét jelentő
- egészségtudatosan eljáró és
 - cukorbetegségben vagy inzulinrezisztenciában szenvedő fogyasztó,

hanem olyan fogyasztó, aki a terméket jellemzően azok íze miatt veszi meg - és akinek az üzleti döntéseit ebből fakadóan a GVH által kifogásolt közlések érdemben nem befolyásolják (ugyanaz a megállapítás tehető akkor is, ha - amint azt a Lidl az eljárásban ismertette - azok a fogyasztók is megkülönböztethetők, akik a termékeket azok árai miatt vásárolják).

121. A Lidl előadta, hogy az átlagfogyasztónak nem minősülő fogyasztó megtévesztésére való alkalmasság nem alapozza meg a jogsértés megállapíthatóságát,¹⁰⁸ hivatkozott rá, hogy az előzetes álláspont 93. pontjában a GVH ismerteti, hogy *"az Fttv. szabályozása alapján elegendő az alkalmasság vizsgálata, tehát ha vannak olyan fogyasztók, akik számára reálisan úgy is érthető volt a kommunikáció, hogy a vizsgált termékek túlnyomórészt teljes kiőrlésű lisztből készülnek (ami pedig a fent ismertetett kutatás alapján egyértelműen belátható, függetlenül attól, hogy reprezentatív volt-e a kutatás), és a Lidl erre a lehetséges fogyasztói értelmezésre nem volt figyelemmel, mivel ezen termékek nem készültek túlnyomórészt teljes kiőrlésű lisztből, így az állítás valótlan, akkor ez a megtévesztő jogsértés tényállását kimeríti."*

122. A Lidl szerint ez a jogértelmezés teljesen ellentétes a 2005/29/EK irányelv rendelkezéseivel és az uniós jogértelmezéssel.

123. A Lidl fenntartotta azt az állításpontját is, amely szerint *"az a megközelítés, amely szerint már az is megalapozhatja a jogsértés megállapíthatóságát, ha lehet olyan fogyasztó, akit megtéveszthetett a*

¹⁰⁵

<https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=287884&pageIndex=0&doclang=HU&mode=lst&dir=&cc=first&part=1&cid=23804568>

¹⁰⁶ https://mersz.hu/dokumentum/dj262em_262/#dj262em_table053

¹⁰⁷ https://www.ksh.hu/infografika/2023/cukorbetegseg_vilagnap_infografika.pdf

¹⁰⁸ VJ/1-53/2024. I.3.4.

kereskedelmi gyakorlat, különösen elfogadhatatlan olyan esetben, amikor az ügyben a GVH jár el, amelynek fellépése akkor legitim, ha a kereskedelmi gyakorlat alkalmas a gazdasági verseny érdemi befolyásolására, amelynek vizsgálata nem az egyedi fogyasztói magatartások, hanem az átlagfogyasztó magatartásának feltárását feltételezi."

124. A 2005/29/EK irányelv, illetve az uniós jogértelmezés szerint a kereskedelmi gyakorlat értékelése során az átlagfogyasztó a mérce, ugyanakkor a jelen esetben nem történt meg az átlagfogyasztó meghatározása, a megtevesztése való alkalmasság kérdése is csak az átlagfogyasztó mint mérce alkalmazásával vizsgálható, így nem az a releváns, hogy a teljes kiőrlésű jelzőt a fogyasztók egy „jelentős része” miként értelmezi, hanem az, hogy az átlagfogyasztó miként értelmezi.
125. Előadta, hogy a GVH téves megközelítése kihatással van az őt terhelő bizonyítási kötelezettség teljesítésére (illetve annak elmaradására) is, mivel a 2005/29/EK irányelv (18) preambulumbekzdése is megerősíti, egy kereskedelmi gyakorlat megítélésekor átlagfogyasztó mint mérce azonosítása feltételezi az átlagfogyasztó és az átlagfogyasztó jellegzetes viselkedésének a feltárását, meghatározását - ez a jelen esetben nem történt meg¹⁰⁹.
126. A Lidl felhívta a figyelmet arra, hogy a 2005/29/EK irányelv (18) preambulumbekzdése csak az átlagfogyasztó adott esetben tanúsított jellegzetes viselkedése vonatkozásában oldja a hatóság bizonyítási kötelezettségét, azonban ez nem vonatkozik arra az esetre, amikor a hatóság kvantitatív megállapítást tesz, mint az történik például az előzetes álláspont 116. pontjában, ahol a GVH a fogyasztók egy jelentős részének értelmezésére alapítja a jogsértés megállapíthatóságát, miközben ez már nem esik a (18) preambulumbekzdés alá, a megállapítást a GVH-nak bizonyítékokkal kellene alátámasztania (itt hivatkozik a Lidl arra, hogy erre a 2016. évi, rendelkezésre nem is álló, nem reprezentatív kutatási eredmény nem lehet alkalmas). Ennek megfelelően a GVH-nak az átlagfogyasztó mint mérce alkalmazásával kell azt bizonyítania, hogy az adott kereskedelmi gyakorlat alkalmas az átlagfogyasztó magatartásának a jelentős torzítására. Amint azt az Európai Bizottságnak a 2005/29/EK értelmezéséhez és alkalmazásához kiadott 2021. évi iránymutatása (2021/C 526/01) is rögzíti, a jelentős torzításra való alkalmasság az általános követelmény. E körben - figyelemmel az Fttv. szerinti eljárás büntetőjogi jellegére is - a GVH-t bizonyítási kötelezettség terheli.
127. Az eljáró versenytanács azon kérdésére, hogy az előadottak alapján a fogyasztóknak tovább kell-e kutakodniuk, hogy megismerjék a termékek lényeges tulajdonságait, a Lidl előadta, hogy nem erről van szó, hanem arról, hogy több csatornán is ismereteket szerezhetnek a fogyasztók az ügyleti döntésük meghozatala előtt. E körben a Lidl utalt a fogyasztók teljes kiőrlésű lisztek kapcsán szerzett tapasztalataira, ismereteire is, illetve arra, hogy például az eljáró versenytanács által azonosított cukorbeteg és inzulinrezisztenciában szenvedők az ezen helyzetük által meghatározott fogyasztói szokásaik szerint körültekintéssel járnak el az általuk megvásárolt és elfogyasztott élelmiszerekkel kapcsolatban.
128. Előadta még a Lidl, hogy versenytársai azok a vállalkozások, akik az Árfigyelőben szerepelnek, és akik az ugyanilyen arányban teljes kiőrlésű lisztet tartalmazó termékeik kapcsán ugyanolyan állításokat alkalmaznak, mint a Lidl: (i) Aldi „Teljes kiőrlésű kakaós tekercs” - 35%, (ii) SPAR „Teljes kiőrlésű császárszemle” - 30%, és (iii) TESCO „Teljes kiőrlésű kifli” - 29,5%. Nyilatkozta továbbá, hogy a GVH által meghatározott keretek között is értékelve az ügyet, a cukorbeteg esetében nem állítható, hogy egy termék megnevezése alapján tájékozódhatnak, hiszen kénytelenek számolni a bevitt élelmiszerekkel kapcsolatos szénhidrát értékeket.
129. Új nyilatkozatként¹¹⁰ a Lidl előadta, hogy véleménye szerint a fenti előadásait támasztják alá az Európai Unió Bírósága C-646/22. Compass Banca ügyben hozott ítéletének¹¹¹ (a továbbiakban: Compass Banca ítélet) született és a tárgyalás megtartását követő napon nyilvánosságra hozott ítéletének megállapításai. Az ítélet értelmében ugyanis az átlagfogyasztó adott kereskedelmi gyakorlattal szembeni viselkedésének meghatározása nem lehet pusztán elméleti művelet, tényszerűbb megfontolásokat is figyelembe kell venni, amennyiben azok összeegyeztethetők e fogalomnak a 2005/29/EK irányelv (18) preambulumbekzdése szerinti pontosításával, a kereskedelmi gyakorlat torzításra való alkalmasságához azt feltételezi, hogy egy szokásosan tájékozott, észszerűen figyelmes és körültekintő személyt olyan mértékben befolyásol, hogy az

¹⁰⁹ VJ/1-53/2024. I.3.5.

¹¹⁰ VJ/1-53/2024. III.

¹¹¹ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/HTML/?uri=CELEX:62022CJ0646>

a magatartását lényegesen megváltoztatja, nem feltételezhető, hogy a kognitív torzítás valamely kereskedelmi gyakorlat kapcsán történő bekövetkezésének bármilyen kockázata szükségszerűen jelentősen e feltételezett fogyasztó magatartásának torzítását eredményezné, szükséges annak megfelelő bizonyítása, hogy az adott konkrét helyzet sajátos körülményei között az adott kereskedelmi gyakorlat az átlagfogyasztó magatartását lényegesen megváltoztatja¹¹².

130. Felhívta a GVH figyelmét arra is, hogy a termékek deklarációit és a termékek összetételét a beszállítók határozzák meg, amely körülmény nem került feltárára az eljárásban, ahogy az sem, hogy ilyen körülmények között ki felel a kereskedelmi gyakorlatért, miközben e kérdés érdemben kihat az ügy megítélésére, és arra is, hogy az esetleges bírsággiszabás következményeit közvetlenül és közvetve ki köteles viselni.
131. Végül csatolta Magyar Tejgazdasági Kísérleti Intézet Kft. Jelölésellenőrzési értékelését, amely szerint a termék - teljes kiőrlésű nosztalgia kifli - a vonatkozó hatályos magyar és EU jogszabályoknak megfelel és a jelölési előírások tekintetében Magyarországon forgalomképes.

V. Jogszabályi háttér

V.1. Az Fttv. releváns rendelkezései

132. Az Fttv. 1. § (1) bekezdése szerint az Fttv. állapítja meg a termékhez kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, valamint az ilyen kereskedelmi gyakorlat tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen cikk (2) bekezdése szerint az Fttv. hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely Magyarország területén valósul meg, továbbá arra is, amely Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint.
133. Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése előírja, hogy a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve termék 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. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló termék vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportja magatartásának torzítására alkalmas, és ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni. Ha a kereskedelmi kommunikáció a családi kapcsolatot, a családi közösséget hangsúlyosan megjeleníti, e bekezdés alkalmazása szempontjából egyértelműen azonosítható csoportnak tekinthető az ilyen kereskedelmi kommunikációval megszólított családtagok köre.
134. Az Fttv. 3. § (1) bekezdése kimondja, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. Az Fttv. 3. § (2) bekezdése szerint tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat,
- a) amelynek alkalmazása során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el (a továbbiakban: szakmai gondosság követelménye), és
 - b) amely érzékelhetően rontja azon fogyasztó lehetőségét a termékkel 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.
135. 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.

¹¹² Vö. C-646/22. Compass Banca ítélet 51., 53. és 57. pont

136. Az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdése alapján megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény – figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére – olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót a törvényben felsorolt egy vagy több tényező tekintetében és ezáltal olyan ügyleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.
137. Az Fttv. 6. § (1) bekezdésének ba) alpontja szerint a termék lényeges jellemzői különösen (többek között) a termék kivitelezése, összetétele, műszaki jellemzői, tartozékai.,
138. Az Fttv. – a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatti felelősségről rendelkező – 9. §-ának (1) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett termék 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.
139. Az Fttv. 10. § (3) bekezdése szerint a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.
140. Az Fttv. 11. § (1) bekezdése szerint a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál – a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével – a következő szempontok irányadóak:
- 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 termék mennyiségére, vagy
 - a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján.

V.2. A Tpv. releváns rendelkezései

141. 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.
142. Az eljáró versenytanács határozatában a Tpv. 76. § (1) bekezdésének
- f) pontja szerint megállapítja a jogsértés tényét,
 - h) megtiltja a jogsértő magatartás további folytatását,
 - i) jogsértés megállapítása esetén arányos és a jogsértés megszüntetéséhez vagy a jogsértés hatásainak kiküszöböléséhez szükséges kötelezettséget – ideértve a magatartásra vonatkozó, vagy szerkezeti korrekciós intézkedéseket – ír elő, így különösen az ügylet jellegének megfelelő üzleti kapcsolat létrehozásától vagy további fenntartásától való indokolatlan elzárkózás esetén szerződéskötésre kötelez,
 - k) pontja szerint bírságot szab ki,
143. A Tpv. 78. § (1) bekezdés a) pontja értelmében az eljáró versenytanács bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a GVH hatáskörébe tartozó jogsértő magatartást valósít meg.
144. A Tpv. 2023. szeptember 1-től hatályos 78. § (1b) bekezdése alapján a bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve azon – a határozatban azonosított – vállalkozáscsoport a határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tizenhárom százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja. A hatékonyabb jogérvényesítés érdekében egyes törvényi szabályok veszélyhelyzet idején történő eltérő alkalmazásáról szóló 184/2024. (VII. 8.) Korm. rendelet 3. §-a értelmében ugyanakkor a Tpv. 78. § (1b) bekezdésétől eltérően a bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve azon – a határozatban azonosított – vállalkozáscsoport a határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tizenöt százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja.
145. A Tpv. 78. § (2) bekezdés 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 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.
146. A Tpv. 78. § (3) bekezdés 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.

147. A Tpvt. 46. § (1) bekezdése alapján a versenyfelügyeleti eljárásra a Tpvt.-ben foglalt rendelkezéseket kell alkalmazni. Az általános közigazgatási rendtartásról szóló 2016. évi CL. törvény (a továbbiakban: Ákr.) rendelkezéseit akkor kell alkalmazni, ha azt a Tpvt. kifejezetten előírja.

VI. Jogi értékelés

VI.1. Hatály

148. A fentebb ismertetett tényállásra az Fttv. rendelkezései alkalmazandók, tekintettel arra, hogy az eljárás alá vont által alkalmazott tájékoztatások természetes személy fogyasztóknak szólnak Magyarország területén.

149. A jelen ügyben vizsgált kereskedelmi gyakorlat alapvetően a Termékek elnevezése, amely minden kommunikációban egyértelműen megjelenik, azzal a céllal, hogy az eljárás alá vont azt más termékektől megkülönböztesse. Az eljárás alá vont a Termékek elnevezésében megkülönböztető jelzéként használta a teljes kiőrlésű jelzöt, az meghatározó eleme a terméknévnek. Egy terméknév pedig nyilvánvalóan a tájékoztatás része, hiszen az egyrésztől mindig megjelenik a kommunikációban, illetve a kommunikációs üzenetekben, így azzal a fogyasztók szükségszerűen találkoznak, másrésztől mindig hangsúlyosan jelenik meg, hiszen a fogyasztó a terméknév révén azonosítja, nevezi és különbözteti meg a terméket, azaz a termék elnevezésében szereplő üzenetek különösen erőteljesen észlelhetőek és rögzülnek az átlagfogyasztó tudatában, még a fogyasztói döntést is kiemelkedően hatékonyan befolyásolhatják.

150. Ahogyan azt a Nagykommentár¹¹³ is kiemeli, a kereskedelmi gyakorlat megnyilvánulhat egy termék elnevezésének használatával is:

- A VT Fttv.-vel kapcsolatos elvi jelentőségű döntéseinek I.6.40. pontja aláhúzza, a probiotikum kifejezés, valamint a probiotikus jelző ugyan nem minősül márkanévnek, illetve nem bejegyzett védjegy, azonban egy termékcsoporthoz olyan „beszédesebb” megnevezése, amely a köznyelvben is meggyökerezett, és jelentése összekapcsolódott az egészségre gyakorolt kedvező hatással, ekként önmagában egészségre ható állításként minősíthető (12/2013. VJ).
- A VT döntésében azt is kifejtette, hogy a „delux” elnevezés már önmagában is valamilyen többlet tulajdonsággal, felsőbb termék kategóriával kecsegtet, amely ezáltal is alkalmas arra, hogy a fogyasztó üzleti döntésére befolyást gyakoroljon." (VJ/11/2018)

VI.2. Hatáskör, illetékesség

151. Az Fttv. 10. § (3) bekezdése szerint a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.

152. Jelen eljárásban a gazdasági verseny érdemi érintettsége fennáll, tekintettel arra, hogy a kifogásolt kommunikáció a teljes kiőrlésű kifli és a kakaós csiga esetében részben országos médiaszolgáltatást végző médiaszolgáltatókon keresztül valósult meg, illetve a másik két termék esetében is országos kommunikáció (pl.: akciós újság, Facebook) azonosítható. Így a sérelmezett magatartások kiterjedtsége miatt az Fttv. 11. § (1) bekezdés a) pontja és (2) bekezdés a) pontja alapján is az eljárás a GVH hatáskörébe tartozik.

153. A GVH illetékességét a Tpvt. 45. §-a állapítja meg.

154. A Lidl hivatkozott¹¹⁴ arra, hogy a Magyar Élelmiszertankönyv C1.13. része szabályozza a teljes kiőrlésű kenyerekre vonatkozó minimális teljes kiőrlésű liszttartalom mennyiségét (60%), azonban a pékárukra nincsen

¹¹³ Zavodnyik József: Nagykommentár a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvényhez, Wolters Kluwer Kft., 2013., 18. Megtévesztés az áru adott célra való alkalmassága, a használatától várható eredmények, előnyei kapcsán [Fttv. 6. § (1) bek.] című fejezete

¹¹⁴ Az Élelmiszertankönyv B1.1. pontja szerint: „[k]enyérnek minősül a döntő részben gabonaőrlemény(ek)ből kovászos technológiával vagy kovászt helyettesítő kovászkészítmény felhasználásával, téstakészítéssel, alakítással, lazítással, sütéssel

olyan szabályozás, ami meghatározná a minimális teljes kiőrlésű lisztarány mennyiségét, erre figyelemmel egyrészt nem alkalmazható a kenyerekre vonatkozó jogi szabályozás, másrészt jogi szabályozás hiányában jogsértést sem valósított meg.

155. Az eljáró versenytanács e körben megállapította, hogy a GVH nem az élelmiszeripari ágazati szabályok alapján jár el, hanem – ahogy fentebb kifejtésre került - az Fttv. hatálya alatt, és az Fttv. 10. § (3) bekezdése határozza meg a hatáskörét annak vizsgálata tárgyában, hogy a Lidl kereskedelmi kommunikációja megtévesztő volt-e, így e kérdésben nem az ágazati szabályoknak való megfelelést kell vizsgálnia, hanem az Fttv. az irányadó.

VI.3. A felelősség megállapításának jogszabályi alapja és értékelése

156. Az Fttv. 9. § (1) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett termék értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll.

157. Az Fttv. 9. § (1) bekezdésében alkalmazott érdek-elv figyelembevételével a jelen versenyfelügyeleti eljárás során vizsgált kereskedelmi gyakorlattal kapcsolatban az eljárás alá vont vállalkozás felelőssége megállapítható, tekintettel arra, hogy a vizsgálattal érintett termékeket az eljárás alá vont értékesíti közvetlenül a fogyasztók részére, a kapcsolódó kereskedelmi kommunikációkat is a vállalkozás hozta létre és teszi közzé, és ezzel összefüggésben a termékek megvásárlásának az ösztönzése az eljárás alá vontnak közvetlenül érdekében állt, mivel abból bevétele származott a vizsgált időszakban.

158. A Lidl a felelősség kérdése kapcsán hivatkozott arra, hogy „*a termékek deklarációit és a termékek összetételét a beszállítók határozzák meg, amely körülmény nem került feltárássra az eljárásban, ahogy az sem, hogy ilyen körülmények között ki felel a kereskedelmi gyakorlatért, miközben e kérdés érdemben kihat az ügy megítélésére, és arra is, hogy az esetleges bírságszabás következményeit közvetlenül és közvetve ki köteles viselni*”¹¹⁵.

159. E körben az eljáró versenytanács megállapítja, hogy az Fttv. 9. § (1) bekezdése alapján az a vállalkozás felel elsődlegesen a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett termék értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll. Jelen esetben ez a közvetlen érdekeltség a Lidl esetében állapítható meg. Bár a Lidl hivatkozott arra, hogy a termékek deklarációit és összetételét a beszállítók határozzák meg, az eljáró versenytanács nem ezeket vizsgálja jelen eljárásban, hanem a Termékek – elnevezésükben is megjelenő – kommunikációját, amelyet a Lidl által becsatolt iratok alapján megállapíthatóan a Lidl maga határozott meg (pl.: akciós újságok, tv reklám, honlap), így a felelősség ezen okból is őt terheli (a bevételi érdekeltség vitathatatlan fennállása mellett).

160. Továbbá a fogyasztók élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásáról szóló az Európai Parlament és a Tanács 1169/2011/EU rendeletének¹¹⁶ (a továbbiakban: 1169/2011/EK rendelet) 17. cikkéből és a Magyar Élelmiszerkönyvből az következik, hogy a kereskedő megváltoztathatja a beszállítótól kapott terméknevet, amennyiben ez nem ütközik a jogszabályi előírásokba, és az új megnevezés:

- nem félrevezető a fogyasztók számára,
- pontosan tükrözi a termék tulajdonságait,
- megfelel az élelmiszer-biztonsági előírásoknak (azaz az Élelmiszerkönyv előírásainak).

161. A Lidl a felelősség, illetve a jogsértés hiánya kapcsán csatolta „a Magyar Tejgazdasági Kísérleti Intézet Kft. Jelölésellenőrzési értékelését, amely szerint a termék - teljes kiőrlésű nosztalgia kifli - a vonatkozó hatályos magyar és EU jogszabályoknak megfelel és a jelölési előírások tekintetében Magyarországon forgalomképes”.

majd csomagolással vagy csomagolás nélkül előállított élelmiszer. A csomagolatlan termék tömege 250 g-mal osztható, de legalább 250 gramm. Formája lehet szabadon vetett, illetve formában sült”

¹¹⁵ VJ/1-53/2024. III. fejezet 57. pont

¹¹⁶ Teljes nevén: Az Európai Parlament és a Tanács 1169/2011/EU rendelete (2011. október 25.) a fogyasztók élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásáról, az 1924/2006/EK és az 1925/2006/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról és a 87/250/EGK bizottsági irányelv, a 90/496/EGK tanácsi irányelv, az 1999/10/EK bizottsági irányelv, a 2000/13/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv, a 2002/67/EK és a 2008/5/EK bizottsági irányelv és a 608/2004/EK bizottsági rendelet hatályon kívül helyezéséről

162. E körben az eljáró versenytanács megállapította, hogy sem az Fttv. szerinti jogsértést, sem a felelősség meglétét nem zárja ki az, hogy a kereskedelmi gyakorlattal érintett Termékek forgalomképesek, ez az igazolás nem azt jelenti, hogy az Fttv.-ben foglalt tényállást nem valósítja meg az eljárás alá vont, hanem azt, hogy a Magyar Tejgazdasági Kísérleti Intézet Kft. értékelése szerint az egyéb, élelmiszeripari előírásoknak megfelelhetnek a Termékek, ettől teljesen elkülönül az Fttv. szabályozása, ami nem is önmagában a Termékek összetételét, hanem a kereskedelmi kommunikációt vizsgálja.

VI.4. A vizsgált magatartás értékelése

VI.4.1 Az átlagfogyasztó

163. Az átlagfogyasztók magatartásának értékelése során – összhangban az EUB Caixabank ítéletben kifejtett álláspontjával – az Fttv. 4. § (1) bekezdésében meghatározott, észszerűen tájékozottan eljáró fogyasztó magatartását kell alapul venni, függetlenül az egyes érintett fogyasztók közötti különbségektől (pl. hogy teljes kiőrlésű pékárut annak egészséges életmódban betöltött szerepe, íze, ára vagy dietetikai szempontból javasolt volta miatt, netán pusztán kipróbálás céljából választanak), hiszen az átlagos fogyasztó jogi fikciójának alkalmazását éppen a fogyasztói kör heterogenitása teszi szükségessé. Ezen átlagfogyasztók pedig akként írhatók le, akik ismerete átlagos, azaz se nem járatosak (szakértők), se nem teljesen ismeret nélküliek a pékárut kérdésében, ismereteik elsősorban saját mindennapi vásárlási tapasztalataikon alapulnak; a teljes kiőrlésű szót – a köztudomásnak megfelelően – az egészséges táplálkozás fogalmához társítják; de nem tudják, hogy milyen összetételűek a kereskedelemben elérhető termékek, van-e szabályozás az összetételre vonatkozóan, mivel nem életszerű, hogy a fogyasztók a mindennapi bevásárlások során az általuk választott vagy mérlegelt termékféleségek mindegyikét tüzetesen vizsgálgassák az összetétel szempontjából, a szabályozás pedig azért nem fontos számukra, mert feltételezik a vállalkozások jóhiszeműségét, jogkövetését, azaz hogy a kereskedelemben csak a jogi előírásoknak megfelelő termékek kerülhetnek.

164. A fentiek alátámasztására hivatkozik az eljáró versenytanács a Compass Banca ügy főtanácsnoki indítványának 49. pontjára is¹¹⁷:

E körülmények fényében úgy vélem, hogy az „átlagfogyasztó”, akit a 2005/29 irányelv alapján a nemzeti bíróságok és hatóságok „viszonyítási alapként” használnak, nem szükségszerűen olyan észszerűen eljáró egyén, aki proaktívan szerzi be a releváns információkat, észszerűen dolgozza fel a megkapott információkat, és így képes tájékozott döntéseket hozni. Míg bizonyos helyzetekben az „átlagfogyasztó” lehet ilyen személy, a fogalom elég rugalmas ahhoz, hogy más helyzetekben „korlátozott racionalitással” rendelkező egyénnek tekintés, aki a megfelelő információk beszerzése nélkül cselekszik, vagy nem képes észszerűen feldolgozni a rendelkezésére bocsátott információkat (beleértve a kereskedő által elé tárt információkat is).

165. Az eljáró versenytanács a korábbi gyakorlattal összhangban rámutat arra, hogy az Fttv. 4. § (1) bekezdése szerinti átlagfogyasztótól nem várható el, hogy ellenőrizze a kereskedelmi kommunikációkban szereplő információ helytállóságát, jelen esetben a Termékek összetételét és az az átlagfogyasztó is észszerűen jár el, aki nem kételkedik a kereskedelmi kommunikáció által nyújtott tájékoztatásban. Itt kíván hivatkozni a terméknév, mint kereskedelmi gyakorlatot megvalósító kommunikációs eszközre az eljáró versenytanács a McDonald's ügyben¹¹⁸ tett megállapítására:

A jogszabályi rendelkezések értelmében kereskedelmi kommunikációnak minősülhet egy áru neve, különösen abban az esetben, ha az elnevezés magának az árunak a tartalmáról, tulajdonságairól, előállításának egyes körülményeiről ad tájékoztatást.

117

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/HTML/?uri=CELEX:62022CC0646>

¹¹⁸ VJ/16-38/2013. 105. pont https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/archiv/dontesek_2013/8515_hu_vj-16201338

166. Mindazonáltal, az átlagfogyasztókon belül meghatározható egy kisebb, részben sérülékeny fogyasztói csoport, nevezetesen a cukorbetegségben vagy inzulinrezisztenciában szenvedő betegek köre, akik annak érdekében, hogy a fehér liszt betegségekre kedvezőtlenebb hatásaitól¹¹⁹ mentesüljenek, inkább vásárolnak, illetve számukra különösen ajánlott teljes kiőrlésű termékeket vásárolni azért, mert a teljes kiőrlésű lisztből készült termékek glikémiás-indexe általában alacsonyabb, így kevésbé emelik meg a vércukor- és az inzulinszintet. Erre figyelemmel az eljáró versenytanács álláspontja szerint azonosítható a fogyasztók egy kisebb köre kapcsán az Fttv. 4. § (2) bekezdés szerinti sérülékeny fogyasztói kör.
167. A Versenytanács Elvi Jelentőségű Döntéseiben¹²⁰ „[...] a sérülékenységi fogalma kapcsán az eljáró versenytanács utal egyrészt a vonatkozó jogszabályhelyre, másrészt a joggyakorlatra, ugyanis – szemben az eljárás alá vont álláspontjával – az Fttv. 4. §-a körében nem pusztán a hétköznapi értelemben vett kiszolgáltató vagy sérülékeny személyek érintettségéről van szó. Fontos azonban kiemelni, hogy – még az átlagosan racionális, az adott helyzetben általában elvárható figyelmeztetéssel és körültekintéssel eljáró fogyasztók esetében is jelentősége van a célcsoport jellemzőinek, ugyanis ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, akkor az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni a kereskedelmi gyakorlat üzenetének értékelésekor, továbbá – a sérülékenység meghatározásánál nem pusztán a célcsoportnak van jelentősége, hanem annak is, hogy a célcsoport magatartásának torzítására való alkalmasság a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható: azaz a piaci szereplő tudja, hogy mely állítások, szlogenek keltik fel a célzott kör figyelmét.” (VJ/102/2014.)
168. A kialakult joggyakorlat szerint továbbá:¹²¹ „Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni. Előfordulhat ugyanakkor, hogy a kereskedelmi gyakorlatnak nincs ilyen speciális címzetti köre, azonban jellegénél fogva mégis egy ún. sérülékeny fogyasztói csoport esetében speciális hatással rendelkezhet (magatartás torzítására alkalmas). Ha ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni. [...]” (VJ/102/2014.)
169. A Lidl előadásával szemben az eljáró versenytanácsnak az a meglátása, hogy az, hogy valaki cukorbeteg vagy inzulinrezisztenciában szenved, nem feltétlenül jelenti automatikusan, hogy minden egyes általa vásárolt, megevett élelmiszer esetén pontosan kiszámolja annak szénhidrát-tartalmát, ilyen általános következtetés nem vonható le és ezt az eljárás alá vont sem valószínűsítette. Az eljáró versenytanács nem vitatja, hogy ezen, az átlagfogyasztókon belüli fogyasztói csoport bizonyos fokig tudatosabb az ezen betegségekben nem szenvedő átlagfogyasztónál, de azzal nem ért egyet, hogy jellemző lenne rájuk vagy akár csak elvárható lenne tőlük, hogy minden egyes termék összetételét, szénhidrát-tartalmát ellenőrizzék (megjegyzendő, hogy ez például éttermi étkezés esetén nem is kivitelezhető). Sokkal inkább életszerű az a feltételezés, hogy ezen személyek különféle hüvelykujj-szabályok, átlagos tápérték-táblázatok, korábbi tapasztalatok alapján állítják össze étrendjüket, és ennek megfelelően tájékozódnak az élelmiszerekről.
170. Az eljárás alá vont hivatkozott arra, hogy a 2005/29/EK irányelv alapján valamely kereskedelmi gyakorlat értékelése során elengedhetetlen az átlagfogyasztó meghatározása, amit véleménye szerint a Caixabank SA és társai ítélet 52. pontja is alátámaszt. Az eljáró versenytanács e körben visszautal a fentebb kifejtettekre, hangsúlyozva, hogy az átlagfogyasztó koncepciója nem mond ellent annak, hogy körükben többféle fogyasztói alcsoport is képezhető, annak mentén, hogy számukra milyen szempontokra figyelemmel fontos a Termékek összetétele, hiszen az átlagfogyasztók heterogén csoportján belül is azonosítható néhány nagyobb kör. Az eljáró versenytanács által meghatározott átlagfogyasztók kapcsán azonban abban egységesség van, hogy az a célcsoport, az átlagfogyasztó legfontosabb ismérve, jellemzője, hogy nem

¹¹⁹ A finomlisztet a testünk képes hamar megemészteni, ez azonban a vércukorszint hirtelen emelkedését (majd bezuhanását) okozza, ami által hamarabb leszünk ismét éhesek. A fehér liszt nagyban hozzájárul a cukorbetegség és az inzulinrezisztencia kialakulásához is. Fogyasztása által lassul az anyagcsere, éppen a rosthiány miatt; a szervezetünknek könnyebb feldolgoznia a finomra őrölt gabonákból készült termékeket, mert nincs szükség arra a bizonyos energiatöbbletre, amit a rostban gazdag és teljes kiőrlésű termékek feldolgozása megkíván. (...) A búza finomliszt magas feldolgozottsága miatt 75%-kal kevesebb rostot, 10-50 %-kal kevesebb vitamint és ásványi anyagot tartalmaz, fehérjetartalma is némileg kisebb, mint a teljes kiőrlésű változatnak. <https://www.webbeteg.hu/cikkek/egeszsegedre/17449/feherliszt-es-fehercukor>

¹²⁰ Elvi Jelentőségű Döntések I.4.10. pont

¹²¹ Elvi Jelentőségű Döntések I.4.11. pont

szakértő, sem a szabályozást (hiányát), sem a lehetséges technológiákat, sem a piaci megvalósíthatóságot nem ismeri.

171. Az átlagfogyasztó kapcsán az eljárás alá vont hivatkozott a Compass Banca ítéletre¹²² is, e körben az eljáró versenytanács azonban megállapította, hogy az abban foglaltak nem cáfolják a fenti megállapításait, az eljáró versenytanács meghatározta az átlagfogyasztó jellemzőit és az átlagfogyasztó preferenciáit, a hivatkozott ítélet nem tartalmaz olyan megállapítást és ezt a hazai versenytanács és az azt megerősítő töretlen bírói gyakorlat sem várja el, hogy az átlagfogyasztó vonatkozásában minden egyes ügyben külön-külön kutatást kellene végeznie, ez egyrésztől ellehetetlenítené a hatóság működését, másrészt ellentmondana a UCP és az Fttv. azon alapvetésének, hogy bármely fogyasztó megtévesztése, vagy csak az arra való alkalmasság megalapozhatja a jogsértés elkövetésének a lehetőségét.
172. A Lidl megítélése szerint tévesen határozta meg az eljáró versenytanács az érintett piacot, valamint a kenyér és pékáruk közötti helyettesíthetőséget. E körben hivatkozott a GVH VJ/12-55/2003. számú, valamint a VJ/153-56/2002. számú határozataira, amely kimondta, hogy a kenyérnek nincsen helyettesítő terméke¹²³, és péksüteményekkel (pl. zsemle, kifli) is csak korlátozottan helyettesíthető¹²⁴, továbbá az eljárás alá vont véleménye szerint a vizsgálattal érintett termékek közül három édes péksütemény, amely még korlátozott mértékben sem helyettesítő terméke a kenyérnek, és ezen különbségeket a vizsgálati jelentés teljesen figyelmen kívül hagyja.¹²⁵ E körben az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a jogsértés vizsgálata szempontjából nincs elsődleges jelentősége az érintett piacnak, a vizsgálat tárgyát a Termékek kereskedelmi kommunikációi adják. Az eljáró versenytanács ennek megfelelően nem is határozott meg semmilyen érintett piacot, az egyéb pékárukkal, illetve kenyerekkel kapcsolatos szabályozást, fogyasztói attitűdöt, ismeretet is csak a kontextus bemutatása, a vizsgált Termékekre is vonatkoztatható következtetések levonása, esetleges analógiák feltárása céljából ismertette.

VI.4.2. A kommunikáció üzenete

173. A kommunikáció üzenetének értelmezése során az eljáró versenytanács abból indult ki, hogy a Versenytanács gyakorlata szerint¹²⁶ „A jogsértés megállapíthatósága szempontjából közömbös, hogy a vállalkozás a kifogásolt jelölést miként értelmezte, a közléssel mit szeretett volna kifejezésre juttatni, ugyanis a terméken elhelyezett jelöléseket, ezeknek a népszerűsítését a fogyasztók szempontjából kell értelmezni.” (VJ/72/2003.)
174. A Termékek megnevezése a fogyasztóknak azt az üzenetet közvetíti, hogy azok döntő hányadban (nagyobb arányban) teljes kiőrlésű lisztből készültek, hiszen a termékek elnevezése tartalmazza azt, hogy teljes kiőrlésű, ami egyértelműen a teljes kiőrlésű liszt alapanyagra utal. A fogyasztók ezen értelmezését az alábbiak alapozzák meg.
175. **Elsősorban** az eljáró versenytanács rögzíti, hogy a Termékek neve az alapanyagukra utal, nevezetesen a teljes kiőrlésű lisztre. Ugyanis a Magyar Élelmiszerkönyv alapján: „Alapanyag: a termék előállításához szükséges, annak lényeges (jelentős) részét képező nyersanyag; a gabonafélék őrlményei és víz”¹²⁷. Így, mivel a Lidl a teljes kiőrlésű jelzővel forgalmazza a Termékeit, ezért az átlagfogyasztó azt gondolja, gondolhatja, hogy ez a meghatározó, a legjelentősebb arányú, többségben lévő alapanyag, ez adja a termék jellegét. Itt megjegyzendő, hogy a fogyasztók várakozása szerint ellenkező esetben nem kategorikus jelzőként szerepelne a teljes kiőrlésű a Termékek nevében, hanem utalva arra, hogy nem meghatározó az adott alapanyag, mint ahogyan az más termékeknél is bevett gyakorlat (lásd pl. a rozsos kenyér és a rozskenyér viszonylatát vagy a kukoricás kenyér, rozsos / zabos / quinoás abonett, stb termék elnevezéseket).
176. Az 1169/2011. EK rendelet 2., Fogalom meghatározások elnevezésű cikkének q) pontja szerint „elsődleges összetevő”: *valamely élelmiszer olyan összetevője vagy összetevői, amelyek az adott élelmiszer*

¹²² VJ/1-53/2024. III. fejezet 56. pont első francia bekezdés

¹²³ VJ/12-55/2023. sz. határozat 9. pontja

¹²⁴ VJ/153-56/202. sz. határozat 2. pontja

¹²⁵ VJ/1-35/2024. sz. észrevétel 31-33. pontja

¹²⁶ Elvi Jelentőségű Döntések I.4.5. pont

¹²⁷ 152/2009. (XI. 12.) FVM rendelet - a Magyar Élelmiszerkönyv kötelező előírásairól, 39. sz. mell. A Magyar Élelmiszerkönyv 1-3/16-1 számú előírása a sütőipari termékekről, A. rész, IV. fejezet

több mint 50 %-át teszik ki, vagy amelyet a fogyasztó rendszerint az adott ételkészítés nevével azonosít, és amely esetében legtöbbször mennyiségi jelölés szükséges.

177. Ennek kapcsán az eljáró versenytanács megállapította, hogy köztudomásúan a pékáru fő és legfontosabb összetevője a liszt, amely többek között alapvetően határozza meg:

- az állagát,
- a minőségét,
- az árát,
- a színét, ...

178. Terméknévvel a Lidl deklaráltan meghatározza a Termékek elsődleges összetevőjét, hiszen a fogyasztó a teljes kiőrlésű szó alapján egyértelműen a teljes kiőrlésű lisztre asszociál, ezt egyébként a Lidl sem vonta kétségbe.

179. Ha tehát a Lidl a vizsgált Termékeit teljes kiőrlésű terméknévvel illeti, akkor azt a *fogyasztó az ételkészítések szokásos – jogszabályokon alapuló – elnevezési gyakorlatára figyelemmel akként értelmezi, hogy az adott ételkészítés – kizárólag vagy túlnyomórészt – az adott (elsődleges) összetevőből készül.*

180. **Másodszorban**, az eljáró versenytanács által fentebb bemutatott iparági hazai gyakorlat sem egységes, elérhetőek nagyrészt (pl.: Lipóti, 60%) vagy teljesen (pl.: a Lidl által is forgalmazott Jókenyér, 100%) teljes kiőrlésű lisztből készült pékáru termékek, ezenkívül az Európai Unió vagy a nemzetközi gyakorlat sem egységes, több ország megköveteli azt, hogy a teljes kiőrlésű terméknévvel illetett pékáruban a teljes kiőrlésű liszt aránya többségi legyen (pl.: Hollandia 100%, Németország 90%, Dánia, Svédország 50%, Egyesült Királyság és USA 51%¹²⁸), ami egyébként azt is igazolja, ahogy később kifejtésre kerül, a Lidl előadásával szemben technológiai akadály sincs a túlnyomó részt teljes kiőrlésű lisztből készült pékáruk előállításának. Egységes iparági gyakorlat, illetőleg szabályozás hiányában értelemszerűen olyan köztudomás sem alakulhatott ki a fogyasztókban, ami alátámasztaná, hogy a fogyasztók várakozása, elvárása a teljes kiőrlésű liszt arányát illetően megelégszik a kb. 30%-os mértékkel (a többségében / nagyobb részt teljes kiőrlésű liszt tartalommal szemben).

181. **Harmadszorban** az is ezt a fogyasztói értelmezést támasztja alá, hogy az ezen típusú, teljes kiőrlésű pékáruk interneten elérhető receptjei a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (továbbiakban: NMHH) 2024. decemberi felmérése¹²⁹ alapján leglátogatottabb gasztró weboldalak szerint az ilyen ételkészítéket, péksüteményeket legalább 50%-ban teljes kiőrlésű liszt felhasználásával kell elkészíteni. Sőt, a Lidl által hivatkozott receptoldalakon található receptek igen nagy többsége is legalább 50%-os teljes kiőrlésű lisztarányt alkalmaz.

182. **Negyedszorban** a kommunikáció üzenete kapcsán megállapítható az is, hogy a Termékek elnevezése önmagában megtévesztő, mivel annak leíró jellege azt sugallja az átlagfogyasztónak, hogy túlnyomó részt teljes kiőrlésű lisztből készült pékáruval van dolga. Hiszen a terméknévben semmi másra nincs utalás, annak leíró jellege nem tartalmazza azt, hogy csak részben, vagy kisebb részben tartalmaznak a Termékek teljes kiőrlésű lisztet, sőt azzal, hogy kizárólag a teljes kiőrlésű lisztre van utalás a terméknévben kategorikus kijelentést tesz a Lidl kommunikációjának üzeneteként. Ezt támasztja alá a 1169/2011-es rendelet 2., „Fogalom meghatározások” elnevezésű cikk (2) bekezdésének p) pontja is, amely szerint a

„„leíró név” az ételkészítésről és szükség szerint annak felhasználásáról leírást adó név, amely kellően világos ahhoz, hogy a fogyasztó megismerhesse annak valódi jellegét, és megkülönböztethesse más termékektől, amelyekkel esetleg össze lehetne téveszteni is.”

Ugyanis a Lidl ezzel a kategorikus terméknév kijelentéssel nem kellően világosan határozza meg a Termékeket, akadályozza azt, hogy a fogyasztó megismerhesse a Termékek valódi jellegét (teljes kiőrlésű lisztet kisebb mértékben is tartalmazó pékáruk) és így megkülönböztesse más (túlnyomó részt teljes kiőrlésű lisztből készült) termékektől.

¹²⁸ https://knowledge4policy.ec.europa.eu/health-promotion-knowledge-gateway/whole-grain_en

¹²⁹ https://nmhh.hu/cikk/250142/Az_online_mediator_kozonsege_2024_december#Tematikus_tartalmak_1%C3%A11tozott%C3%A1ga

183. Az eljáró versenytanács véleménye szerint a Lidl által hivatkozott sajtos pogácsa példája nem releváns, hiszen annál a pékárunál a fogyasztók nem arra asszociálnak az elnevezés alapján, hogy az nagyrészt sajtból készülne, hanem csak az ízvilágot befolyásoló kiegészítő termék jelzőként (ízesítésként) értelmezik, hiszen köztudomású, hogy a pogácsák jellemzően lisztet tartalmaznak fő összetevőként. Jelen esetben azonban a liszt meghatározó alapanyaga a vizsgált Termékeknek, ezért a liszt fajtájára vonatkozó jelzöt a fogyasztók nem pusztán az ízvilágot érintő tulajdonságként, hanem annak a teljes kiőrlésű liszthez kötött pozitív élettani hatásait (pl.: glikémiás index) meghatározó, a teljes termék alaptulajdonságaként értelmezik.
184. Egyébként itt jegyzi meg az eljáró versenytanács, hogy az Fttv. szabályozása alapján elegendő az alkalmasság vizsgálata, tehát ha az átlagfogyasztó számára reálisan úgy is érthető volt a kommunikáció, hogy a vizsgált termékek túlnyomórészt teljes kiőrlésű lisztből készülnek, és a Lidl erre a lehetséges fogyasztói értelmezésre nem volt figyelemmel, mivel ezen termékek nem készültek túlnyomórészt teljes kiőrlésű lisztből, akkor az állítás valótlan. Az interneten elérhető, a lehetséges fogyasztói értelmezéssel kapcsolatos nyilvános információk (ld. pl. a 2016-os kutatásról szóló összefoglaló Cikk) is összhangban vannak az eljáró versenytanács fenti következtetéseivel, hiszen alátámasztják, hogy az átlagos fogyasztók számára a teljes kiőrlésű jelző kizárólag vagy túlnyomórészt teljes kiőrlésű liszt tartalmat közvetíthet.
185. Figyelembe véve mindezt, továbbá azt a fogyasztói képzettársítást, hogy a Termékek elnevezése kifejezetten tartalmazza a teljes kiőrlésű megnevezést, a fogyasztók alappal feltételezhetik azt, hogy a termékekben a teljes kiőrlésű liszt van túlnyomó többségben, azaz az azonos kategóriájú, a terméket alapvetően meghatározó alapanyagokat tekintve a legnagyobb mértékben.
186. Az eljárás alá vont hivatkozott arra, hogy nem arról van szó, hogy tovább kell kutakodniuk a kereskedelmi kommunikációt meghaladóan a fogyasztóknak, hanem arról, hogy „*több csatornán is ismereteket szerezhetnek a fogyasztók az üzleti döntésük meghozatala előtt*”¹³⁰. Ezzel az eljáró versenytanács nem ért egyet, hiszen az elsődleges kommunikáció a tv reklámokban, a heti akciós újságokban valósult meg, és az itt megismerhető üzeneteknél a fogyasztóknak igenis többlet kutakodást, utánajárást kellett volna tenniük azzal a Lidl által hivatkozott magatartással, hogy egy applikációban vagy az interneten utánanéznék, hogy mekkora mértékű a teljes kiőrlésű liszt aránya a Termékekben. Ugyanez igaz a polccímkekre és a QR kódra is, ugyanis a tv reklám és az akciós újság semmi ilyen tartalmú információt nem tartalmazott, ráadásul ezek alapján a fogyasztó már meghozhatta az üzleti döntését (amely, mint ahogy lentebb kifejtésre kerül egy többlépcsős, több mozzanatból és valamennyi mozzanatában védett folyamat), így a jogsértés tényének vonatkozásában nincs annak jelentősége, hogy további kutakodással beszerezhető az információ, ez legfeljebb a jogsértés súlyosságát enyhítheti. Egyébként is életszerűtlen feltételezés, hogy egy viszonylag kis értékű, mindennapi fogyasztási cikk esetén, amelynek elnevezése kategorikus üzenetet hordoz a teljes kiőrlésű jelleg vonatkozásában, az átlagfogyasztó az interneten vagy különösen bevásárlás közben a boltban a polccímke tanulmányozza, illetőleg a QR kódos tájékoztatást böngészi. Különösen azért nem életszerű, mert az átlagfogyasztók nagy része már a bolti bevásárlás előtt meghozza a vizsgált kereskedelmi gyakorlat alapján (különösen az akciós újságok alapján jellemző ez) az üzleti döntését, nevezetesen összeírja a megvásárolni szándékozott árukat (köztük a vizsgált Terméke(ke)t is) és felkeresi a Lidl valamelyik üzletét azzal a szándékkal, hogy ténylegesen be is vásároljon a listája alapján.
187. A Lidl hivatkozott arra, hogy egyes kommunikációs eszközök esetében a GVH figyelmen kívül hagyja saját korábbi gyakorlatát a helyszínen beszerezhető információk jelentőségéről, illetve azt, hogy a lisztarányról polccímken történő tájékoztatás, majd az érintett termékek összetevőit illetően egy QR kód segíti a fogyasztók tájékozódását. Ezzel kapcsolatban a Lidl példaként utalt a VJ/112/2014. ügyben hozott határozat 106. pontjára¹³¹ és a VJ/36/2012. számú ügyben hozott határozat 138. pontjára¹³².
188. Az eljáró versenytanács elsődleges álláspontja az, hogy azt kell mérlegelnie értékelése során, hogy mit jelentenek a teljes kiőrlésű terméknévvel illetett vizsgált Termékek az átlagfogyasztónak, így ha még a

¹³⁰ VJ/1-53/2024. II. fejezet 54. pont

¹³¹ “A bankfióki kirakati matrica kapcsán az eljáró versenytanács figyelemmel van a nevezett kommunikációs információáteresztő képességére, valamint arra, hogy a kirakati matrica alkalmazásának körülményei (pl. az eladás helyén, a bankfiókban került sor a matricák kihelyezésére, ahol az ügyfél akár szórólap, akár ügyintézőtől kért felvilágosítás formájában a feltételeket megismerhette.”

¹³² “Amint azt az eljáró versenytanács előzőleg rögzítette, a beltéri (pl. az üzlethelyiségen belül alkalmazott) kommunikációs eszközök esetén a fogyasztóknak lehetőségük lehet a kommunikációs eszköz alaposabb, nemcsak a fősorokra korlátozódó tanulmányozására, illetőleg a vállalkozás munkatársaitól, partnereitől stb. azonnal kiegészítő információkhoz juthatnak.”

tájékoztatás esetlegesen meg is történne az összetevőkre vonatkozóan, amit a lentic miatt nem tud elfogadni az eljáró versenytanács, akkor is a Lidl a fogyasztókat megtévesztené, hiszen hiába a tájékoztatás arról, hogy mit tartalmaznak a Termékek, ha az átlagfogyasztó nem teljes kiőrlésű (túlnyomórészt teljes kiőrlésű lisztből készült) pékárut kap.

189. Ezenkívül az eljáró versenytanács szerint a két kommunikációs tér (az analógiaként felhozott banki és a vizsgált bolti) nem összevethető. A bankfiókban a fogyasztó sorszámot húz, ami után leül és várnia kell, tehát van ideje nyugodt körülmények között informálódni, sokszor kifejezetten azzal a szándékkal érkezik, hogy informálódjon egy általa nem ismert szolgáltatásról, majd a várakozás után, ha sorra kerül, az ügyintéző dedikáltan csak vele foglalkozik, akként, hogy nyugodt körülmények között és a fogyasztói előzmények alapján megismeri az adott fogyasztó preferenciáját. Ezzel szemben egy sok esetben zsúfolt élelmiszerboltban, ahova a fogyasztók gyakorta már a vásárlási szándékot eleve elhatározva (pl.: listát készítve) érkeznek, nincsenek nyugodt körülmények, nincsen dedikált, a fogyasztóról már információval rendelkező ügyintéző, sőt az ügyintézők (bolti alkalmazottak) gyakran kifejezetten erőltetett munkatempóban mással foglalkoznak (pl: árut töltenek fel vagy a pénztárban dolgoznak), nagyon sokszor elérhetetlenek és jellemzően nem megfelelő létszámban állnak rendelkezésre az eladótérben.
190. A fentiekén túl az is megjegyzendő, hogy egy átlagfogyasztó sokkal ritkábban vesz igénybe banki szolgáltatást és terméket, így sokkal inkább kénytelen a banki ügyintézőre támaszkodni, míg egy bolti bevásárlás a mindennapi élet rutinjának tekinthető, azaz az átlagfogyasztó nem hagyatkozik olyan mértékben a bolti alkalmazottakra, mint egy bankfiókban. A banki termékek összetettsége miatt a banki ügyintézőknél alapkövetelmény, hogy tisztában legyenek a kínált szolgáltatás részleteivel, míg egy akár több tízezer terméket kínáló boltnál nem elvárható a bolti alkalmazottól ilyen mértékű tájékozottság.
191. Ezen tények miatt sem fogadja el életszerűnek az eljáró versenytanács a helyszínen beszerezhető információk, a nagyon kis betűs polccímke és a többlet magatartást (mobil alkalmazás használatát) megkövetelő QR kódos tájékoztatás, fogyasztók általi tanulmányozását, megismerését.
192. Ezenkívül az eljáró versenytanács álláspontja szerint e körben nem megfelelő az eljárás alá vont által hivatkozott analógia, az allergénnel kapcsolatos tájékoztatási követelményekre való hivatkozás, hiszen az allergének az arra érzékenyek számára súlyos következményekkel járhatnak Ű(akár azonnali halállal is), így az azokkal kapcsolatos információk nyilvánvalóan nagyobb odafigyelést, körültekintést igényelnek, mint a teljes kiőrlésű liszt aránya a termékekben, melyhez ugyan egészségesebb imázs kapcsolódik, de amelynek – az ígérthez képest – alacsonyabb mértéke az átlagfogyasztó számára nem hordoz súlyos egészségügyi kockázatokat.
193. Hasonló a helyzet a felnőtt lakosság majdnem 10%-át kitevő cukorbetegség esetében is, azonban körükben, mivel ilyen azonnali és erős egészségügyi hatás (rosszullét) nem következik be (nem véletlenül aposztrofálják néma vagy csendes gyilkosként¹³³ a cukorbetegséget), ezért (ahogy fentebb kifejtésre került) a körültekintés nem feltétlen ilyen magasfokú, azaz nem járnak, nem kell utánajárniuk ennyire mélyen a termékösszetevőknek, elegendő a kereskedelmi kommunikáció tartamában megbízniuk, mert azonnali egészségügyi következményekkel általában a cukorbetegség nem szembesülnek.

VI.4.3. A fogyasztó ügyleti döntése, annak befolyásolására való alkalmasság

194. A kereskedelmi gyakorlat akkor megtévesztő, ha alkalmas a fogyasztó ügyleti döntésének befolyásolására. Kiemelendő (összhangban a törvény indokolásával), hogy az ügyleti döntés fogalma szélesebb terjedelmű a fogyasztó gazdasági döntéseinek polgári jog szerinti fogalmánál, a szerződési akarat kifejezésénél. Ügyleti döntésnek minősül a fogyasztó azon döntése, amikor azonosítja a szükségletét, és valamely vállalkozást vagy valamely szolgáltatást választja szükséglete kielégítésére.
195. A jogi értékelés szempontjából relevanciával bíró fogyasztói döntés meghozatala egy folyamat, amelynek nemcsak az egészét, hanem egyes szakaszait is védi a jog a maga eszközeivel. Ez a folyamat a fogyasztók figyelmének felkeltését is magában foglalja, s a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen magatartások, kereskedelmi gyakorlatok tilalma már e szakasszal kapcsolatban is érvényesülést kíván, így ez sem történhet tisztességtelen módon. Nemcsak az olyan magatartás lehet jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a

¹³³ <https://orvosilexikon.hu/cikkek/cukorbetegseg-a-nema-gyilkos> vagy <https://femina.hu/egeszseg/kezeletlen-cukorbetegseg-szovodmenye/>

folyamatra - ideértve a figyelem felkeltését is. Kifogásolható már önmagában az a körülmény, hogy a tisztességtelen magatartás, kereskedelmi gyakorlat hatására a fogyasztó felveszi a kapcsolatot a vállalkozással, keresi annak termékét.

196. A vizsgált kereskedelmi kommunikáció, a Termékek teljes kiőrlésű elnevezéssel való népszerűsítése, az alábbi okokból kifolyólag alkalmas befolyásolni a fogyasztók ügyleti döntését.

197. A következetes versenyhivatali joggyakorlat szerint¹³⁴ a fogyasztói magatartás torzítása akkor állapítható meg, ha a kereskedelmi gyakorlat érzékelhetően rontja a fogyasztó lehetőségét arra, hogy tájékozott döntést hozzon, és ezzel olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti (ténylegesen vagy potenciálisan), amelyet egyébként nem hozott volna meg. Tehát a tisztességtelenség megállapításához nem szükséges annak bizonyítása, hogy a fogyasztói magatartás torzítása (a fogyasztó termékkel kapcsolatos gazdasági döntésére kihatás) ténylegesen megtörtént, elegendő az erre való alkalmasság.

198. Az átlagfogyasztó ügyleti döntése az, hogy a teljes kiőrlésű elnevezés megjelenése a kereskedelmi kommunikációban:

- felkelti az érdeklődését a Termékek iránt, azt az üzletben megtekinti, más termékekkel összeveti, esetlegesen utánanézi a Lidl honlapján elérhető összetevő információknak, vagy
- megvásárolja a Termékeket, adott esetben más, szintén teljes kiőrlésű elnevezéssel illetett termék helyett, vagy
- a Termékek rendszeres fogyasztójává válik.

199. Az átlagfogyasztók esetében azért magyarázható ezen Termékek választása, mivel a teljes kiőrlésű elnevezéssel rendelkező termékekhez társul egy olyan, széles körben elfogadott, mára köztudomású tényről váltott fogyasztói asszociáció, miszerint azok a hagyományos fehér lisztből készült sütőipari termékeknek egészségesebbek. Ezt támasztja alá az eljárás alá vont Lidl honlapján elérhető „*Beszerezési politika - Tudatos Táplálkozás*” című kiadványban szereplő leírás (lásd lentebb az oldalképet, ami szerint

„*A teljes értékű gabona félékben gazdag táplálkozás kulcsfontosságú szerepet játszik az egészséget tekintve*”, illetőleg „*Ez csökkenti a cukorbetegség, valamint a szív- és érrendszeri betegségek egészségügyi kockázatát – ami kedvező hatással van az élettartamra is*”.

Éppen ez indokolja a Lidl saját önkéntes vállalásait¹³⁵ is, miszerint

“Az élelmi rostok mennyiségének növelésére vonatkozó célkitűzéseink

- 1. 2023 végéig elemezni fogjuk, hogy mely termékek esetében tudjuk bővíteni a termékválasztékunkat teljes kiőrlésű gabonából készült alternatívákkal.*
- 2. 2025-ig fokozatosan növelni fogjuk a teljes kiőrlésű gabonafélék arányát a Lidl saját márkás termékeiben.*
- 3. 2025-re átláthatóságot teremtünk azzal, hogy a tápértéktáblázatban fokozatosan feltüntetjük a termékek élelmirost-tartalmát”.*

¹³⁴ Elvi jelentésű Döntések I.6.31.

¹³⁵ <https://vallalat.lidl.hu/pdf/show/75032> (12. old.)

Több teljes értékű gabona a több ételmi rostért

A teljes értékű gabonafélékben gazdag táplálkozás kulcsfontosságú szerepet játszik az egészséget tekintve, egy átlagos európai étrend esetén az egészséges öregedés legfontosabb alapja.¹⁵



Mivel a gabonaszem külső rétegei megmaradnak, a teljes kiőrlésű termékek több ételmi rostot, másodlagos növényi vegyületeket, ásványi anyagokat (cink, vas, magnézium) és vitaminokat (B1, B2, folsav) tartalmaznak, mint a finomított gabonából (fehér lisztből) készült termékek. Az ételmi rostok számunkra, emberek számára emészthetetlenek, a bélbaktériumaink számára azonban táplálékul szolgálnak. Az ételmi rostokat a bélbaktériumaink megerjesztik, ami hozzájárul bélrendszerünk egészséges működéséhez.

¹⁵ University of Washington: Health effects of dietary risks in 195 countries, 1990-2017: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study, 2017.

Ez csökkenti a cukorbetegség, valamint a szív- és érrendszeri betegségek egészségügyi kockázatát – ami kedvező hatással van az életretartásra is.¹⁶

Az ételmi rostok mennyiségének növelésére vonatkozó célkitűzéseink

1. 2023 végéig elemezni fogjuk, hogy mely termékek esetében tudjuk bővíteni a termékpalettánkat teljes kiőrlésű gabonából készült alternatívákkal.
2. 2025-ig fokozatosan növelni fogjuk a teljes kiőrlésű gabonafélék arányát a Lidl saját márkás termékeiben.
3. 2025-re átláthatóságot teremtünk azzal, hogy a tápértéktáblázatban fokozatosan feltüntetjük a termékek ételmirost-tartalmát.

¹⁶ Geng Zong, Alisa Gao, Frank B. Hu, Qi Sun: Whole Grain Intake and Mortality From All causes, Cardiovascular Disease, and Cancer: A Meta-Analysis of Prospective Cohort Studies, 2016.

200. Egyébként ugyanezt állapítja meg a WHO¹³⁶ is és ezt a hazai dietetikai tankönyvek is megerősítik¹³⁷, valamint ezt közvetíti a lakosság felé például a Magyar Dietetikusok Országos Szövetsége által gondozott “okostányér” kezdeményezés is.

¹³⁶ https://www.wholegraininitiative.org/images/iwgd_press_release_-2021.pdf

¹³⁷ pl.: Klinikai és gyakorlati dietetika, Medicina Könyvkiadó Zrt., Budapest, 2015 “Ezután számos tanulmány, illetve 12 vizsgálat meta-analízise alapján elmondható, hogy a nagyobb mértékű teljes kiőrlésű gabonafogyasztás 26%-kal csökkenti a szív-ér rendszeri betegségek előfordulási rizikóját.” 27. oldal (https://www.etk.pte.hu/public/upload/files/Palyazati_iroda/elnyert/Klinikai_es_gyakorlati_dietetika.pdf)

OKOSTÁNYÉR®



201. Erre figyelemmel is az átlagfogyasztó ugyanazon ár esetén a minél magasabb arányban teljes kiőrlésű lisztet tartalmazó pékárukat (Termékeket) preferálja, mivel az a (fentiek szerint a Lidl által is táplált – “2. 2025-ig fokozatosan növelni fogjuk a teljes kiőrlésű gabonafélék arányát a Lidl saját márkás termékeiben” Lidl Beszerzési politika – Tudatos Táplálkozás) percepciója, hogy annál jobb, egészségesebb a pékáru, minél magasabb a teljes kiőrlésű liszt tartalma.
202. Emellett az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a cukorbetegségben vagy inzulinrezisztenciában (szénhidrátanyagcsere-zavarban) szenvedő fogyasztók számára megfelelő étrend betartása – kövessenek bármilyen típusú diétát is – az egészséges emberekhez képest nagyobb idő, anyagi ráfordítással jár és a cukorbeteg nagyobb jelentőséget is tulajdonítanak a megfelelő étrendnek betegségükből kifolyólag. Az érintett fogyasztói körben megfigyelhető magatartás az étrendbe beilleszthető késztermékek, alapanyagok folyamatos keresése. Erre tekintettel az olyan állítások, amelyek arra vonatkoznak, hogy az élelmiszer a cukorbeteg/inzulinrezisztens betegek számára javasolt teljes kiőrlésű lisztel készül, fokozottan keltik fel a figyelmüket és készítetik őket arra, hogy az adott terméket jobban megismerjék vagy kipróbálják. Mi sem igazolja ezt jobban, hogy az eljárás alapját jelentő panaszok is a cukorbetegség irányából kifogásolták az alacsony teljes kiőrlésű liszt tartalmat és az emiatti megtévesztő elnevezést, illetve hívták fel a cukorbeteg egészségét veszélyeztető, megtévesztő elnevezésre a figyelmet.
203. Szintén a Compass Banca ítéletre hivatkozással írta¹³⁸ a Lidl, hogy GVH-t terheli „annak megfelelő bizonyítása, hogy az adott konkrét helyzet sajátos körülményei között az adott kereskedelmi gyakorlat az átlagfogyasztó magatartását lényegesen megváltoztatja¹³⁹”. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a Termékek összetevőinek mértéke, különösen, ha az a Termékek nevében megjelenik, igen is alkalmas arra, hogy lényegesen megváltoztassa, torzítsa a fogyasztó döntését, hiszen az eljáró versenytanács álláspontja szerint a Lidl kereskedelmi kommunikációja kapcsán a fogyasztó joggal várta el, hogy a teljes kiőrlésűnek mondott Termékek (minimum) túlnyomó részt teljes kiőrlésű lisztet tartsanak, hiszen a kereskedelmi kommunikációból és a Termékek (kategorikus) nevéből erre következtethetett, ehelyett azzal kellett

¹³⁸ VJ/1-53/2024. III. fejezet 56. pont második, harmadik és negyedik francia bekezdése

¹³⁹ Vö. C-646/22. Compass Banca ítélet 51., 53. és 57. pont

szembesülnie, hogy a Termékek túlnyomó részt finomlisztet tartalmaznak, amire semmi utalás nem történt, és ezen tény ismerete lényegesen befolyásolhatta volna a fogyasztó döntését, ha arról időben kap megfelelő információt és nem tévesztik meg e körben, hiszen nyilvánvalóan nagyobb mértékű kedvező egészségügyi hatást társít az átlagfogyasztó egy olyan termékhez, amelyről úgy véli, teljes egészében vagy túlnyomó részben egészséges alapanyagból készül, mint egy olyanhoz, amely csak viszonylag csekély mértékben (kb. 30%-ban) tartalmaz ilyen összetevőt .

204. Egy termék fő alapanyag összetételére vonatkozó termékneveben szerepelő információ azért lényeges a szénhidrátanyagcsere-zavarban szenvedő (cukorbeteg, inzulinrezisztens) fogyasztók számára, mert a GVH által beszerzett EMMI állásfoglalás és Dietetikai szakkönyv (lásd fentebb) alapján étrendjükben a teljes kiőrlésű lisztből készült pékáruk fogyasztása javasolt a vércukor- és inzulinszint normál értékek között tartása érdekében. Ezen fogyasztói csoport kifejezetten keresi a teljes kiőrlésű lisztet tartalmazó ételeket, így számukra már a termék megnevezése önmagában is alkalmas a figyelem felkeltésére, ezért a Termékekre vonatkozó (a teljes kiőrlésű kifejezést tartalmazó) kereskedelmi kommunikáció alkalmas ügyleti döntésük befolyásolására. Ezen kívül olyan fogyasztóknak is lényeges a Termékek összetétele, akik egészségesek ugyan, de jelentőséggel bír számukra az egészségesnek mondott étkezés, életmód, vagy ha a Lidl által hivatkozott módon a kedvező ár miatt vagy akár az ízéért választják a Termékeket, akkor is még kedvezőbben ítélik meg, hogy azok nemcsak jó áron vannak, és/vagy ízletesek, de még egészséges(ebb)ek is.
205. A GVH által végzett internetes kutatások alapján, amit a Lidl saját „Beszerzési politika - Tudatos Táplálkozás” című kiadványa is megerősít (lásd fentebb) ugyanis már elterjedt, széles körben ismert információnak minősül, hogy az egészséges étrendbe teljes kiőrlésű lisztből készült ételeket érdemes beilleszteni (lásd fentebb). Ahogy arra az Agrárminisztérium utalt (lásd fentebb), a teljes kiőrlésű kenyerekre vonatkozó Magyar Élelmiszerkönyvi előírás (a minimum 60%-os teljes kiőrlésű lisztarány) meghatározása során a jogalkotó figyelembe vette a megváltozott fogyasztói szokásokat, azaz már 2016-ban (a kenyérré vonatkozó szabályok megalkotásakor) érezhető volt, hogy a fogyasztók keresik a magasabb rosttartalmat biztosító sütőipari termékeket. Mindezek alapján az eljáró versenytanács megállapítja, hogy az átlagfogyasztók figyelmét is képesek felkelteni az olyan üzenetek, amik arra utalnak, hogy egy termék teljes kiőrlésű.
206. Ahogyan azt az eljáró versenytanács fentebb kifejtette, a teljes kiőrlésű jelző az átlagfogyasztók számára azt sugallja, hogy a Termék túlnyomó részt teljes kiőrlésű lisztet tartalmaz, az átlagfogyasztó pedig az, aki a Lidl kommunikációjának hatására teljeskiőrlésű pékárukat akar venni, így a megtévesztésre alkalmasságnál nem az az elsődleges kérdés, hogy miért akar teljeskiőrlésűt venni hanem, hogy a Lidl megtévesztése miatt abban a hiszemben van, hogy azt vásárolt, de ez még sem igaz. Így a Lidl kommunikációja azt a vásárlót téveszti meg, aki teljeskiőrlésű pékárukat akar venni (akármilyen okból) és a Lidl termékét veszi meg, azaz a Lidl kommunikációja azért megtévesztő, mert az ő termékét veszik meg teljeskiőrlésűként. Ezenkívül az átlagfogyasztók (ahogy egyébként a Lidl is teszi ezt a "Beszerzési politika -- Tudatos Táplálkozás" című kiadványában) a teljes kiőrlésű elnevezést összekötik az egészségükre gyakorolt kedvező élettani hatással; tudatukban az rögzült, hogy a teljes kiőrlésű termékek egészségesebbek, és emiatt a Termékek elnevezése alkalmas¹⁴⁰ arra, hogy jelentősen befolyásolja a fogyasztói döntésüket.
207. Az ismertetett szakmai dokumentumok¹⁴¹ és a Lidl „Beszerzési politika – Tudatos Táplálkozás” című kiadványa szerint is a cukorbeteg, illetve inzulinrezisztensek kezelésében nagy szerepet kap a megfelelő étrend betartása. Ezen étrendben – a szakmai irányelvek alapján – nemcsak a bevitt szénhidrát mennyiségét szükséges személyre szabni és kontrollálni, hanem arra is ügyelni kell, hogy a szénhidrát elsősorban magas rosttartalmú legyen, mert az lassítja a tápanyag felszívódását, amely révén a szervezet vércukor- és inzulinszintjének túlzott ingadozásai elkerülhetőek. Ezt azt jelenti, hogy a szénhidrát anyagcserezavarral rendelkező fogyasztók számára egészségügyi szempontból ajánlott azokat a gabonákat előnyben részesíteni, amelyek a teljes (a mag külső részét is magában foglaló) gabonaszem felhasználásával készültek, azaz teljes kiőrlésűek, hiszen azok rosttartalma magasabb, mint a finom őrlésű (a mag külső részét magában nem foglaló) gabonáké.

¹⁴⁰ Ekörben lásd korábban hivatkozott VJ/16-38/2013. sz. McDonald's ügy 105. pontját https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/archiv/dontesek_2013/8515_hu_vj-16201338

¹⁴¹ EMMI szakmai irányelv és dr. Polyák Éva, Breitenbach Zita, Szekeresné Dr. Szabó Szilvia: „Klinikai és gyakorlati diétetika”

208. A GVH továbbá feltárta, hogy az interneten számos nagy látogatottságú, életmóddal, egészséggel, főzéssel foglalkozó oldalakon jelentek meg olyan írások, amelyek a teljes kiőrlésű gabonák egészséges táplálkozásban betöltött fontos szerepét részletezik, de ezt támasztja alá a Lidl saját fentebb ismertetett „*Beszerzési politika – Tudatos Táplálkozás*” című kiadványa, a WHO megállapítása és a hazai dietetikai klinikai és egyetemi tankönyvek, ajánlások is. A szakmai szervezetek által kiadott tájékoztatók is kifejezetten ajánlják a teljes kiőrlésű szénhidrátok fogyasztását mindenki számára, aki kiegyensúlyozottan, egészségesen kíván táplálkozni.
209. Az átlagfogyasztók esetében is kimondható, hogy azt a képzettársítást csatolják a „teljes kiőrlésű” megnevezéshez, hogy az ilyen lisztet tartalmazó termékek egészségesebbek, azok fogyasztása segít az egészséget fenntartani – többek között annak a finomlisztéhez képesti magasabb rost- és vitamintartalma miatt.
210. A Termékek egészségre ható jellegével kapcsolatban megállapítható, hogy az a Versenytanács következetes gyakorlata¹⁴² szerint alkalmas a fogyasztók ügyleti döntésének befolyásolására, mert az egészségesnek ítélt életmód, termékek iránt érdeklődő, illetőleg valamely betegségben szenvedő, illetőleg ezen betegségeket különböző készítmények fogyasztásával elkerülni kívánó fogyasztók ügyleti döntéseinek befolyásolására alkalmasak.
211. A Lidl hivatkozott arra is, hogy a fogyasztók egy része az ára miatt választja a Termékeket. E körben megjegyzi az eljáró versenytanács, ahogy fentebb kifejtette, az átlagfogyasztók az egészségesebb élelmiszerek irányába próbálnak mozdulni, ami azt jelenti, hogy akár a drágább élelmiszert is megveszik, ha abban a tudatban vannak, hogy az egészségesebb. Azt pedig, hogy a teljes kiőrlésű termékek egészségesebbek, mint a finom lisztből készütek, nemcsak a tudományos konszenzus, hanem a Lidl fentebb ismertetett kiadványa is alátámasztja. Így érthető, ha a teljes kiőrlésűnek nevezett, de a fogyasztó által fel nem ismerhető módon ténylegesen sokkal több finomlisztet tartalmazó és adott esetben akciós Termékeket választják, hiszen abban a feltételezésben vannak, hogy azok teljes kiőrlésűek és így egészségesebbek.

VI.4.4. Az Fttv. 6. § szerinti értékelés

212. Ahogy azt az eljáró versenytanács már kifejtette, a kommunikáció azt üzeni a fogyasztónak, hogy a Termékek túlnyomórészt (azaz a „hagyományos” lisztnél nagyobb arányban) teljes kiőrlésű lisztet tartalmaznak, miközben azok a 9. bekezdésben lévő táblázatban bemutatott adatok szerint jóval nagyobb arányban (több mint kétszerannyit) tartalmaznak más gabonát (elsősorban finomlisztet), és a teljes kiőrlésű liszt aránya csak kb. 30%.
213. A jelenlegi Magyar Élelmiszertankönyv erre vonatkozó konkrét előírása hiányában is elvárható a vállalkozásoktól, hogy kereskedelmi gyakorlatuk során úgy járjanak el, hogy a fogyasztókat a termékek összetevőiről a valóságnak megfelelően tájékoztassák. A szakmai gondosság követelményéből fakad, hogy a vállalkozás legyen tisztában a fogyasztók tudatossági szintjével, illetve elvárásaikkal. A Versenytanács szerint ugyanis:¹⁴³ „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. (VJ/108/2015.)” Éppen ezért önmagában nem teszi az eljárás alá vont gyakorlatát jogszerűvé a Lidl azon érvelése, miszerint jelenleg nincs ágazati előírás a Termékek teljes kiőrlésű lisztarányával kapcsolatban. A Termékek elnevezésekor ugyanis figyelemmel kell lenni a lehetséges fogyasztói motivációkra, értelmezésre is.
214. Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy az átlagfogyasztók számára is egyre inkább fontossá válik az egészséges(ebb) táplálkozás, hiszen a médiában, a mindennapi életük során folyamatosan az egészséges életmódra ösztönző impulzusok érik őket. Ezen túlmenően az egészségtudatos, illetve szénhidrátanyagcsere-zavarban szenvedő fogyasztók már több éve egyre növekvő mértékben keresik a teljes kiőrlésű termékeket, melyet a kínálat folyamatos bővülése igazol vissza (itt jegyzendő meg a korábban hivatkozott¹⁴⁴ Lidl vállalás is, hogy saját maga is tovább növeli az általa a kiadványában ismertetett kedvező egészségügyi hatások (cukorbetegség, szív és érrendszeri betegség kialakulásának

¹⁴² VJ/36/2021. határozat 166. pont

¹⁴³ Elvi jelentésű Döntések I.3.18.

¹⁴⁴ Lásd jelen határozat VI.4.3. pontjában Lidl „*Beszerzési politika – Tudatos Táplálkozás*” című kiadványának 12. oldalát

kockázatának csökkentése) miatt a teljes kiőrlésű termékeinek a számát és azokban a teljes kiőrlésű liszt arányát).

215. Szintén a fogyasztói igények növekedése volt az egyik oka, hogy a kenyerek vonatkozásában a Magyar Élelmiszerkönyvben kifejezett előírást hozott a jogalkotó azért, hogy csak olyan kenyeret lehessen teljes kiőrlésűnek nevezni, amelyben a felhasznált lisztek legalább 60%-a teljes kiőrlésű. Ezt a tendenciát igazolja az is, hogy a Lidl elkezdte forgalmazni a vizsgált Termékeket, és azokat különböző kampányaiban rendszeresen népszerűsíti is, amivel olyan átlagfogyasztókat is a Termékek kipróbálására, rendszeres fogyasztójává válására ösztönözhet, akik nem elsődlegesen egészségtudatosak, hanem inkább például árérzékenyek, de a teljes kiőrlésű gabonafélék jótékony egészségügyi hatásairól már hallottak, így kedvező(bb) ár-érték arány esetén a finomlisztből készült termékek alternatívájaként mérlegelhetik a Termékeket. Emellett, amennyiben valaki otthon kíván magának teljes kiőrlésű kenyeret/pékárut sütni (amely szokás a COVID-19 járvány óta szélesebb körben is elterjedt), úgy a népszerű internetes receptoldalakon¹⁴⁵ jellemzően olyan leírásokkal lehet találkozni, amelyekben a teljes kiőrlésű liszt aránya eléri legalább az 50%-ot (lásd fentebb).
216. Összességében a fentiek alapján elmondható, hogy legalább az a reális fogyasztói elvárás, hogy a teljes kiőrlésű liszt nagyobb arányban legyen jelen a termékben, mint a „hagyományos” liszt, ha a termék elnevezésében a teljes kiőrlésű jelző szerepel.
217. Bár az eljárás alá vont sütés-technológiai indokokra is hivatkozva állította, hogy a fogyasztók tudatában vannak annak, hogy a teljes kiőrlésű liszt aránya nem lehet 100%, ez több szempontból sem állja meg a helyét. Egyrészt, a sütés-technológiai szempontok nem relevánsak, ha az átlagfogyasztók számára nem elvárható az ismeretük. Másrészt, a piacon elérhető, 100%-ban teljes kiőrlésű lisztet tartalmazó termékek jelenléte is azt igazolja, hogy a sütés-technológiai érv nem megalapozott. Ezt erősíti az a körülmény is, hogy a holland Élelmiszer- és Fogyasztói Termékbiztonsági Hatóság (a továbbiakban: NVWA)¹⁴⁶ gyakorlatában egy termék címkéjére csak akkor kerülhet fel a „teljes kiőrlésű” kifejezés, ha az összes liszt teljes kiőrlésű gabonából készült. Végezetül megjegyzi az eljáró versenytanács, hogy az átlagfogyasztó értelmezésében a kereskedelmi gyakorlat üzenete egyébként is az, hogy a Termékek (a liszt összetevőn belül) túlnyomórészt teljes kiőrlésű lisztet tartalmaznak, így a 100%-os arányra vonatkozó kifogás ezért sem foghat helyt.
218. Itt jegyzendő meg a Lidl Pékmester kiadvány kapcsán tett hivatkozására¹⁴⁷ figyelemmel, hogy ugyanezen kiadvány 138. és 149. oldalán a Lidl által hivatkozott (183. oldal) megállapítást cáfoló tartalom található, mivel ezen oldalak kifejezetten azt írják, hogy a vizes és tejes tésztából készült péksütemények esetén nincs annak sütés-technológiai akadálya, hogy 50%-ot meghaladó mértékű legyen a teljes kiőrlésű liszt aránya („A technológiai tapasztalatok alapján az ideális arányok: a teljes kiőrlésű liszt aránya az összes lisztre vonatkoztatva 40-60%”, miközben például a Lidl által forgalmazott, összetevőként vizet is tartalmazó

¹⁴⁵ kakaós csiga pl

<https://www.nosalty.hu/recept/hutoben-kelt-teljes-kiorlesu-fahejas-kakaos-csiga>

<https://sobors.hu/receptek/teljes-kiorlesu-kakaos-csiga-recept/>

<https://gaborahazipek.hu/tk-kakaos-csiga-cukormentesen>

<https://tudatosmami.hu/kakaos-csiga-teljes-kiorlesu-lisztbol/>

<https://sutnijo.hu/receptek/teljes-kiorlesu-cukorcsokkentett-kakaos-csiga-1601363286>

<https://streetkitchen.hu/green-kitchen/cukormentes/cukormentes-kakaos-csiga/>

kifli:

<https://www.nosalty.hu/recept/sokmagvas-teljes-kiorlesu-kifli>

<https://www.nosalty.hu/recept/teljes-kiorlesu-vajas-kiflik>

<https://www.mindmegette.hu/recept/hazi-teljes-kiorlesu-kifli>

<http://gabicsek.blogspot.com/2018/09/teljes-kiorlesu-kifli-kedvenc-reggeli.html>

<https://www.mokuslekvar.hu/recept/teljes-kiorlesu-tejes-kifli-egyszeruen-gyorsan/>

<https://www.kalcirecept.hu/hu/receptek/teljes-kiorlesu-bekebeli-kifli>

<https://sobors.hu/receptek/hazi-teljes-kiorlesu-kifli-recept/>

Ennek kapcsán lásd az NMHH 2024. decemberi, reprezentatív felmérését a leglátogatottabb recept oldalakról (https://nmhh.hu/cikk/250142/Az_online_mediator_kozonsege_2024_december#Tematikus_tartalmak_1%C3%A11_togatotts%C3%A11_ga)

¹⁴⁶ <https://www.nvwa.nl/nieuws-en-media/nieuws/2024/07/16/nvwa-volkorenproducten-niet-altijd-echt-volkoren>

¹⁴⁷ VJ/1-53/2024. I.2.4. fejezet a) pont

Teljes kiőrlésű nosztalgia kifliben a 30%-ot sem érte el a teljes kiőrlésű liszt aránya), sőt ezen oldalak azt is deklarálják, hogy „Készülnek 100%-ig teljes kiőrlésű lisztből is termékek”, tehát ennek sincs technológiai akadálya. Noha a Pékmester kiadvány a legfeljebb 50%-os arányt a leveles tésztákra vonatkoztatva állapítja meg, ez sem bizonyítja önmagában a technológiai korlát fennállását, sőt, az a tény, hogy kakaós csigából is elérhető a kínálatban 60-70-100%-ban teljes kiőrlésű típus, egyértelműen cáfolja a technológiai akadályokat.

Teljes kiőrlésű vizes tésztából készült péksütemények

Nyersanyagok	Az MÉ szerinti és technológiai határértékek
Lisztek (búza, rozs, tönköly, Graham, stb.)	Gyártmánylap szerint A technológiai tapasztalatok alapján az ideális arányok: a teljes kiőrlésű liszt aránya az összes lisztre vonatkoztatva 40 – 60%. Készülnek 100%-ig teljes kiőrlésű lisztből is termékek.
Teljes kiőrlésű lisztek	
Élesztő	3,0 – 5,0 %
Só	1,2 – 1,8 %
Víz*	55,0 – 60,0 %
Élelmiszeradalékok	opcionális, a gyártó dönti el, hogy felhasznál – e a termékeinek előállításához élelmiszeradalékokat
Zsiradékok	0,0 % - 2,0 %

138

Teljes kiőrlésű tejes tésztából készült péksütemények

Nyersanyagok	Az MÉ szerinti és technológiai határértékek
Lisztek (búza, rozs, tönköly, Graham, stb.)	Gyártmánylap szerint A technológiai tapasztalatok alapján az ideális arányok: a teljes kiőrlésű liszt aránya az összes lisztre vonatkoztatva 40 – 60%. Készülnek 100%-ig teljes kiőrlésű lisztből is termékek.
Teljes kiőrlésű lisztek	
Élesztő	3,0 – 5,0 %
Só	1,0 – 1,5 %
Zsiradékok (vaj, margarin)	2,0 % - 4,0 %
Tej vagy tejpör	30,0%, 3,0%
Cukor	1,5 % - 2,5 %
Víz*	52,0 – 54,0 %
Élelmiszeradalékok	opcionális, a gyártó dönti el, hogy felhasznál – e a termékeinek előállításához élelmiszeradalékokat

219. Az sem elfogadható érvelés az eljárás alá vonttól, hogy a 30%-nál több teljes kiőrlésű liszt alkalmazása a Termékek gyártása során már nagyban csökkentené az élvezeti értékeket. Egyrészt a piacon több éve elérhetőek széles körben olyan termékek, amelyeknél a teljes kiőrlésű liszt van többségben; ezek a termékek csak úgy rendelkezhetnek stabil kereslettel a piacon, hogy az ízük, állaguk, térfogatuk eléri azt a minőséget, amelyet a fogyasztók elfogadhatónak tartanak. Amennyiben az eljárás alá vont érvelése helytálló lenne, ez a piac nem létezne vagy marginális lenne.

220. Hangsúlyozandó, hogy az eljárás alá vont által hivatkozott internetes receptoldalakon megtalálható házi receptek igen nagy többsége is legalább 50%-os teljes kiőrlésű lisztarányal dolgozik. Így a legtöbb házilag készített ilyen jellegű péksütemény is a fogyasztók által elfogadott és ismert. Ezek a magasabb lisztarányhoz kapcsolódó érzékszervi jellemzők a társadalomban már egyre szélesebb körben ismertek, azokat szívesen fogyasztják, mely szintén ellentmond a Lidl érvelésének.

221. A Lidl előadta¹⁴⁸ azt is, hogy iparági gyakorlatnak tekinthető a kb. 30%-os teljes kiőrlésű búzaliszt alkalmazása a versenyfelügyeleti eljárással érintett és ahhoz hasonló termékek (pl. zsemle) tekintetében. E körben az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy egyrészt ez az iparági gyakorlat nem ment át a

¹⁴⁸ A VJ/1-11/2024. számú feljegyzéssel átemelt P/993-4/2023. számú adatszolgáltatás.

köztudatba (és nem is a teljes iparágra jellemző), másrésről más esetleges jogsértése nem mentesíthet egyetlen egy vállalkozást sem a felelősség alól, ahogy ezt a bírói gyakorlat is kimondta:

„Az egyedi elbírálás kötelezettsége folytán a közigazgatási bíróság kizárólag a jelen ügyben a felperes kereskedelmi tevékenységével kapcsolatban feltárt körülmények vehetők figyelembe: a más vállalkozás más tevékenysége, és az arról alkotott hatósági megítélés a jelen ügyben figyelembe nem vehető. Megjegyzi a közigazgatási bíróság, hogy a felperesi álláspont elfogadása éppen az általa többször hivatkozott 2. § (3) bekezdésének sérelmét jelenti, hiszen a Ket. szerint a hatóság „az érintett ügyre vonatkozó tényeket” köteles figyelembe venni.”¹⁴⁹

222. Az eljárás alá vont hivatkozott arra, hogy a Termékek összetételét internetes honlapján a vizsgált időszakban végig elérhetővé tette, valamint [üzleti titok] az üzlethelyiségekben elhelyezett tájékoztatáson is elérhető volt. Az eljáró versenytanács fentebb már részben kifejtette ekörben álláspontját, de további megállapítása szerint a Lidl magatartását sem a honlapon elérhetővé tett, sem az üzletekben esetlegesen kihelyezett tájékoztatás – azok utólagos volta, illetve a fogyasztótól további kutatást, információszerezést igénylő jellege folytán – nem teszi jogszerűvé, hiszen a következetes joggyakorlat értelmében egyrésről a különösen erős befolyásoló hatással bíró, kategorikus jelentést hordozó terméknév alapján kialakuló fogyasztói percepciót nem lehet felülmúlni, azzal ellentétes értelmű vagy azt érdemben korlátozó magyarázattal „pontosítani”,¹⁵⁰ másrésről ezen üzenetek nem részei a fő kommunikációs csatornáknak (pl.: tv, szórólapok), illetve elérhetőségük, helyük és méretük miatt szintén nem jutnak el a fogyasztókhoz, azok nem szükségszerűen találkoznak ezen információval döntésük meghozatala előtt.¹⁵¹

223. A Versenytanács Elvi Jelentőségű Döntései szerint:

- I.6.25. „A fogyasztók megtévesztése csak akkor történik [...], ha a bármilyen módon megtévesztésre alkalmas információ az ésszerűen eljáró fogyasztókat olyan döntésre sarkallhatja, amit a valós információ ismeretében nem hoztak volna. Ebből azonban nem következik az, hogy a megtévesztésre alkalmas reklámot automatikusan jogszerűvé tenné az, ha a fogyasztó a vásárlás helyszínén hozzájut(hat) a valós (teljes körű) információhoz. A megtévesztésre alkalmas reklám által felkeltett fogyasztói igényt ugyanis nem feltétlenül oltja ki a vásárlásban való végső döntést megelőzően kapott valós tájékoztatás.” (VJ/191/2007.)
- I.4.3. „Egy reklám nem alapozhat arra, hogy a tartalma szabadon meghatározható, bármit állíthat, mondván, hogy az ésszerűen eljáró fogyasztónak úgyszintén ellenőriznie kell, hogy a reklám állítása megfelel-e a valóságnak.” (VJ/6/2004.)

224. Nem elvárható továbbá a fogyasztóktól az sem, hogy az üzlethelyiségben a polccímken olvasható összetevők helyett, az új formátumú QR kódos árucímke útján elvégzett további internetes kutatás során ismerjék meg az összetevőket, ugyanis nem minden fogyasztó rendelkezik feltétlenül az ehhez szükséges technikai eszközökkel, valamint nem is tekinthető életszerűnek a mindennapi vásárlás során ez a gyakorlat.

225. Az előzőekben írtakra tekintettel, illetve a beszerzett információk alapján megállapítható, hogy fogyasztók a Termékekre vonatkozó kommunikációban megjelenő „teljes kiőrlésű” megnevezést úgy értelmezik, hogy a termékeknek a fő, azaz többségi, meghatározó összetevője a teljes kiőrlésű liszt, azonban ténylegesen ez az összetevő a felhasznált lisztek legfeljebb egyharmadát teszi ki. A fentebb kifejtettek szerint lényeges információnak minősül a fogyasztói döntésekre nézve a Termékek teljes kiőrlésű liszt tartalma, mint összetevő.

226. A fentebb leírtak szerint az összetevőre vonatkozó lényeges információ alkalmas a fogyasztók üzleti döntését befolyásolni, ezért megállapítható az eljáró versenytanács álláspontja szerint, hogy a Lidl a Termékek összetétele tekintetében megtévesztő gyakorlatot folytatott, mert figyelmen kívül hagyta azt a fogyasztói értelmezést, hogy a teljes kiőrlésű jelzőt az átlagfogyasztók azzal azonosítják, hogy a teljes kiőrlésű liszt van a legnagyobb mértékben jelen a lisztek közül a Termékekben, és ez azért befolyásolja a fogyasztók üzleti döntését, mert a teljes kiőrlésű (azaz percepciójuk szerint túlnyomórészt ilyen lisztből készült) termékeket egészségesebbnek tekintik a hagyományosnál.

¹⁴⁹ VJ/73/2015.; FKMB 25.K.32.302/2016/8. 21. o.;

¹⁵⁰ Ld. pl. I.6.26., I.6.50. számú Elvi jelentőségű döntés.

¹⁵¹ Ld. pl. I.6.8., I.6.10. számú Elvi jelentőségű döntés.

227. A Lidl többször hivatkozott arra, hogy nem reagált az eljáró versenytanács az észrevételeire. Ezt egyrészt vitatja az eljáró versenytanács, álláspontja szerint minden olyan releváns körülményre kitért, ami a (előzetes álláspontját) döntését meghatározza, másrészt az eljáró versenytanács hivatkozni kíván arra a bírói gyakorlatra, hogy a bírósági eljárás nem válhat parttalanná, ugyanígy a versenyfelügyeleti sem. Egy jogalkalmazó szerv (de más sem) nem tud olyan állítást, értékelést tenni, amit nem lehetne újra és újra kétségbe vonni, azonban, ha valamennyi ilyen újabb és újabb felvetésre reagálna, akkor az ellehetetlenítene az eljárás befejezését és ezzel éppen az eljárás alá vont jogát sértené.
228. Végezetül az eljáró versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont azon hivatkozása, amely szerint a fogyasztóvédelmi bírságot a Kúria Kfv. III.37.366/2023/7.sz. végzésében¹⁵² büntetőjogi jellegűnek minősítette a Lidl előadásával szemben nem jelenti azt, hogy a fogyasztóvédelmi ügyekben büntetőjogi szintű bizonyítást kellene lefolytatni, hiszen nem bizonyítási kérdésekről van szó elsősorban. Azaz a fogyasztóvédelmi bírságok büntetőjogias jellege nem jelenti azt, hogy a büntetőjogban elvárt igen magas (pl.: a Lidl által hivatkozott kétséget kizáró bizonyítási) mércének kellene eleget tenni, erre vonatkozó bírósági gyakorlat nincs. Fogyasztóvédelmi ügyekben egyébként is viszonylag szűk terepe van a klasszikus értelemben vett bizonyításnak, hiszen az csak a kereskedelmi gyakorlat tartalmára, megvalósulására vonatkozó tényálláshoz kapcsolódhat, minden ezen túlmenő, fogyasztóvédelmi ügyekben felmerülő kérdés (úgy mint az átlagfogyasztó meghatározása, a kereskedelmi gyakorlat üzenete, a befolyásolásra való alkalmasság, stb.) nem ténykérdésnek, hanem jogkérdésnek minősülnek, így azokkal kapcsolatban a hatóságnak nem bizonyítást, hanem jogi értékelést kell elvégeznie. Ennek megfelelően ezen – jogkérdésnek minősülő – témakörök kapcsán a bizonyítás szintjére vonatkozó elvárások nyilvánvalóan nem értelmezhetőek.
229. Ezt (kizárólag a kiszabott bírságok büntető jogi jellege került megállapításra) támasztja alá a Lidl által hivatkozott ügy kúriai és alkotmánybírói döntése is:

„A Kúria arra a következtetésre jutott, hogy az eljáró hatóságok által kiszabott bírságok büntető jellegű szankciónak minősülnek (Kúria végzése, Indokolás [46] – [47]).”¹⁵³

„Az Alkotmánybíróság megállapította, hogy a Kúria felismerte az ügy alapjogi relevanciáját, és tekintettel volt az Alaptörvény XXVIII. cikk (6) bekezdésének tartalmára. Támadott végzésében kifejezetten kitért az Alkotmánybíróság gyakorlatára (Kúria végzése, Indokolás [37]-[42]), amely ismeretében, a fentiek szerint vizsgálta a tettazonosságot, valamint a Kormányhivatal és a GVH eljárásának, az alkalmazott bírság büntetőjogi természetét.”¹⁵⁴

230. Tehát a fentiek alapján az, hogy az átlagfogyasztó számára mit jelent a kereskedelmi gyakorlat üzenete, tartalma, és hogy az alkalmas-e a fogyasztó megtévesztésére, nem bizonyítási, hanem jogi értékelési kérdés. Így jelen ügyben is az a vizsgálandó, hogy az átlagfogyasztói tudat mit fog át, nevezetesen számára az, hogy egy pékárú a teljes kiőrlésű névvel van illetve, mit is jelent. E körben, ahogy a korábbiakban bemutatásra került, az eljáró versenytanács arra jutott, hogy az átlagfogyasztó számára a teljes kiőrlésű pékárú azt jelenti, hogy az többségében teljes kiőrlésű lisztből készült.
231. A fentiektől függetlenül az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a bírói gyakorlat által megkövetelt elvárásnak, bizonyítási sztenderdnek megfelelt, jogi értékelése során a fogyasztókat kétség nélkül átlagfogyasztóként (ezen csoporton belül megemlítve egyes fogyasztói csoportokat) vette figyelembe, még pedig akként, hogy az átlagfogyasztók ismerete átlagos, azaz se nem járatosak (szakértők), se nem teljesen ismeret nélküliek a pékárú kérdésében, a teljes kiőrlésű szót az egészséges táplálkozás fogalmához társítják, de nem tudják, hogy milyen összetételűek a kereskedelemben elérhető termékek, van-e szabályozás az összetételre vonatkozóan.
232. A Lidl e körben előadta azt is, hogy az eljáró versenytanács nem reagált az eljárás büntetőjogias jellegére utaló előadására. Az eljáró versenytanács, ahogy fentebb kifejtette, nem vonja kétségbe, hogy a hivatkozott bírói döntések alapján a fogyasztóvédelmi eljárások bírsága büntetőjogias jelleggel bír, de ennek álláspontja

¹⁵² Kúria Kfv. III.37.366/2023/7. (VJ/42/2029. – Viagogo ügy)

¹⁵³ AB IV./265-8/2024. végzés 3.2. pont 3. bekezdés utolsó mondata

¹⁵⁴ AB IV./265-8/2024. végzés 3.2. pont 6. bekezdés utolsó mondata

szerint nincsen kihatása a jelen eljárásra, mivel a büntetőjogias jelleg legfeljebb a bizonyítás mércéjét befolyásolhatná, a jelen ügyben azonban jogi értékelési, mérlegelési kérdésekről van szó, ezért nem is tért ki külön erre részletesen korábban az eljáró versenytanács, hiszen a jogi értékelése tartalmazta a releváns, okszerű mérlegelést és nem kívánta partalanná tenni és időben elhúzni az eljárást.

233. A versenytársak kapcsán az eljáró versenytanács nem ért egyet azzal a Lidl megállapítással¹⁵⁵, hogy *“a Lidl versenytársai azok a vállalkozások, akik az Árfigyelőben szerepelnek, és akik az ugyanilyen arányban teljes kiőrlésű lisztet tartalmazó termékeik kapcsán ugyanolyan állításokat alkalmaznak, mint a Lidl”* (Aldi, SPAR, TESCO), egyrésztől megjegyzendő, hogy a Lidl által megjelölt versenytársakon kívül pl.: a Lipóti pékség¹⁵⁶ is az ország nagy részét lefedő bolthálózattal rendelkezik, illetve és a Jókenyér¹⁵⁷ is lefedi az országot saját, illetve partnerhálózatai, termékeinek forgalmazói által, sőt a Jókenyér termékeit az eljárás alá vont és az általa megjelölt versenytársainak mondott üzletláncok is forgalmazzák¹⁵⁸. Így pedig megállapítható, hogy az átlagfogyasztó számára széles körben elérhetőek olyan teljes kiőrlésű lisztet tartalmazó pékáruk is, amelyekben a teljes kiőrlésű liszt aránya a meghatározó. Másrésztől nincs jelentősége annak, hogy a Lidl kit tart versenytársának és azok hogyan járnak el, amennyiben e gyakorlatuk nem köztudomású, a fogyasztók számára széles körben nem ismert, hiszen ez esetben a versenytársak magatartása a fogyasztói tudatosságot, a kommunikáció észlelt üzenetét nem befolyásolja, ekként a Lidl által megvalósított kereskedelmi kommunikáció értékelésén sem változtat.
234. Erre figyelemmel az eljáró versenytanács megállapította, hogy a Lidl 2020. június 6-ától kezdődő kereskedelmi kommunikációiban, illetve önmagában a Termékek elnevezésével megtévesztő kereskedelmi gyakorlatot folytat a termékek összetételével kapcsolatban, mely révén megvalósítja az Fttv. 6. § (1) bekezdés ba) pontjában írt magatartást, megsértve az Fttv. 3. § (1) bekezdését.

VII.

Összegzés és jogkövetkezmények

VII.1. Jogsértés megállapítása és annak folytatásától való eltiltás

235. Az eljáró versenytanács a fentiek alapján a Tpv. 76. § (1) bekezdésének f) pontja alapján megállapítja, hogy az eljárás alá vont vállalkozás a „teljes kiőrlésű” jelzővel forgalmazott Termékekre vonatkozó, 2020. június 6-ától kezdődő kereskedelmi kommunikációiban, illetve önmagában ezen termékek elnevezésével megtévesztő kereskedelmi gyakorlatot folytat a termékek összetételével kapcsolatban, mely révén megvalósítja az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontjában írt magatartást, megsértve ezzel az Fttv. 3. § (1) bekezdését.
236. A jogsértés megállapítása mellett jelen ügyben a Tpv. 76. § (1) bekezdés h) pontja alapján a jogsértő magatartás folytatásának eltiltása is indokolt, mivel a vizsgálattal érintett kereskedelmi gyakorlat az eljáró versenytanács ismeretei alapján jelenleg is folyamatban van. Annak érdekében, hogy az eltiltás hatékonyan ellenőrizhető legyen, az eljáró versenytanács a Tpv. 76. § (1) bekezdésének i) pontja alapján annak teljesítésének igazolását is előírja, akként, hogy a jelen határozat átvételét követő 60 napon belül eltiltja az eljárás alá vontat a jogsértő gyakorlat folytatásától és kötelezi arra, hogy az eltiltásnak való megfelelést a határozat átvételétől számított 90 napon belül igazolja.
237. A Lidl az eltiltásnak akként felelhet meg, ha hitelt érdemlően igazolja, hogy a kereskedelmi gyakorlatában a Termékek (ha azoknak a teljes kiőrlésű liszt aránya az 50%-ot továbbra sem éri el) elnevezése nem tartalmazza a teljes kiőrlésű szót, illetve nem valósít meg olyan kereskedelmi gyakorlatot, amiben olyan pékáru terméket illetve teljes kiőrlésű jelzővel, amiben a teljes kiőrlésű liszt aránya az 50%-ot nem éri el.

VII.2. Az eljárás alá vonttal szemben kiszabott bírság

238. Az eljáró versenytanács figyelemmel a jogsértés jellegére, súlyára és az érintett piacra, a generális és speciális prevenciók céljaira, a jogsértés megállapításán túlmenően a Tpv. 76. § (1) bekezdés k) pontja és a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdés a) pontja alapján bírság kiszabását is indokoltnak tartja az eljárás alá vonttal szemben.

¹⁵⁵ VJ/1-53/2024. II. fejezet 55. pont

¹⁵⁶ <https://lipotipekseg.hu/uzleteink>

¹⁵⁷ <https://jokenyer.hu/szakuzletek-es-partneruzletek/>

¹⁵⁸ <https://jokenyer.hu/uzletlancok/>

- 239.A Tpvt. 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.
- 240.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.
- 241.A Bírságközlemény részletezi azokat a szempontokat, amelyek alapján a GVH meghatározza – a Tpvt. 78. §-ára tekintettel – az Fttv. és a Tpvt. 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.
- 242.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.
- 243.A Bírságközlemény 16. pontja értelmében a bírság összegének megállapítása során a Versenytanács főszabályként a jogsértő kereskedelmi kommunikáció igazolt (nettó) költségéből indul ki, azonban amennyiben a kommunikációs költség összege nem ad megfelelő viszonyítási alapot (például, ha a költségek nem tükrözik a kommunikáció hatásosságát, hatékonyságát), úgy az eljáró versenytanács árbevétel alapú bírságolási módszert alkalmaz (lásd a Bírságközlemény III.2. Árbevétel alapú bírságolás című pontját). Az eljáró versenytanács a jelen ügyben, mivel az online kommunikációval, az eladáshelyi tájékoztatásokkal, a Termékek névhasználatával, szórólapokkal összefüggésben a Lidl oldalán nem merült fel külső szolgáltató felé teljesítendő nagyobb költség, illetve részben azokkal kapcsolatban a kommunikációs költség nem is értelmezhető, valamint a tényleges kommunikációs ráfordítás pedig az árbevétellel és a kereskedelmi gyakorlat kiterjedtségével nem áll arányban (összesen [üzleti titok] kereskedelmi kommunikációs költség, míg az árbevétel több mint [üzleti titok] Ft), így nem tartotta megfelelő viszonyítási alapnak a Lidl oldalán felmerülő kommunikációs költségeket.
- 244.Ilyen esetekben a Versenytanács gyakorlata és a Bírságközleménye alapján általában az érintett termékek releváns árbevételének 10%-ból indul ki, azonban a releváns árbevétel összege jelen esetben kirívóan magas, több mint [üzleti titok]¹⁵⁹, így az eljáró versenytanács (a Lidl számára kedvező módon) eltért a Bírságközleményben szereplő gyakorlatától, és kizárólag azon időszakok árbevételi adatait vette figyelembe, amikor a Termékek vonatkozásában aktív, a pusztán névhasználaton túlmutató kereskedelmi kommunikáció volt folyamatban. Ehhez az eljáró versenytanácsnak rendelkezésre állnak a Lidl adatszolgáltatásai¹⁶⁰ alapján az érintett időszakok és az ahhoz párosuló Termékenkénti árbevételi adatok (összesen [üzleti titok] Ft). Az eljáró versenytanács a Bírságközlemény 20. pontja szerinti elvek mentén ezen összeg 10%-ában, azaz [üzleti titok] Ft-ban határozta meg a bírság kiinduló összegét.
- 245.Az eljárás alá vont megítélése szerint a bírság kiinduló összegének legalább egyharmadával való csökkentése indokolt, mivel a versenytanács szerint is több fogyasztói csoport különböztethető meg, és a Lidl álláspontja szerint ezek közül egyes fogyasztói csoportok, így az érintett termékekkel kapcsolatos ügyleti döntéseiket a termékek íze vagy ára által meghozó fogyasztókra eső árbevétel nem vehető figyelembe a bírság körében. Az eljárás alá vont előadta, hogy „*az előzetes álláspontban javasolt árbevétel*

¹⁵⁹ VJ/1-26/2024. számú nyilatkozat alapján.

¹⁶⁰ VJ/1-31/2024. 3-as számú melléklet és VJ/1-44/2024. 1-es számú melléklet

alapú bírságolás kirívóan aránytalanul magas bírságot eredményez, különösen az állítólagos jogsértés súlyához és a társaság felróhatóságának hiányához viszonyítva”.¹⁶¹

246. E körben az eljáró versenytanács arra jutott, hogy annak, hogy a jogsértés különböző preferenciájú az átlagfogyasztókon belüli fogyasztói csoportok esetében is megvalósult, nem a bírság kiinduló összegének meghatározása során van jelentősége, hanem az esetleges enyhítő és súlyosító körülmények értékelése során, amire későbbiekben ki is fog térni. Annak kapcsán pedig, hogy az *árbevétel alapú bírságolás kirívóan aránytalanul magas bírságot eredményez*, megjegyzi, hogy fentebb bemutatta, hogy az általános gyakorlatának megfelelő, a Lidl adatszolgáltatásai alapján meghatározott kommunikációs költségen alapuló bírságalképzés miért nem alkalmazható (pl.: a jogsértés időtartamával, hatásával való aránytalansága miatt), és hogy az árbevétel alapú bírságolás során a kiinduló összeg számításakor kifejezetten a Lidl számára kedvező módon szűkítette ([üzleti titok]) a bírságalképzést pontosan annak érdekében, hogy alacsonyabb, arányos összegű bírság legyen megállapítható.
247. A kiinduló összeg fentiek szerinti meghatározását követően kerül sor az alapösszeg kiszámítására, amely 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 Tptv. 78. § (3) bekezdésében példalózó 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.
248. Az eljáró versenytanács a jelen ügyben az alábbi súlyosító körülményeket azonosította
- [üzleti titok]% -os súlyosító körülményként azt, hogy a kereskedelmi kommunikációval érintett fogyasztói kör részben sérülékeny (lásd a Bírságközlemény 27. és 33. pontját),
 - [üzleti titok]% -os súlyosító körülményként azt, hogy a jogsértő kereskedelmi gyakorlat huzamosabb ideig (évekig) tartott és tart jelenleg is, így széles fogyasztói kört ért el, különös figyelemmel arra, hogy a releváns árbevétel számítása során figyelembe vett időszakokon túl is kifejthette hatását (Bírságközlemény 34. bekezdés).
249. A Lidl előadta, hogy a sérülékenynek minősített fogyasztói kör, a cukorbetegségben vagy inzulinrezisztenciában szenvedő fogyasztók megtévesztése azért sem állapítható meg, mivel a Termékek a fogyasztók teljes spektrumát célozzák, nem pedig a sérülékenynek mondott fogyasztói kört, ezért mindez nem is vehető figyelembe súlyosító körülményként¹⁶². Az eljáró versenytanács megállapította, hogy ha egy kereskedelmi kommunikáció „*a fogyasztók teljes spektrumát célozza*”, az még nem jelenti azt, hogy ez a kommunikáció ne érne el a teljes spektrumon (átlagfogyasztókon) belül azonosítható olyan kisebb fogyasztói csoportot(ka)t, akik bizonyos (számukra fontos) üzenetekre élénkebben, érzékenyebben reagálnak, ekként adott esetben (mint a jelen ügyben is) sérülékenynek tekinthetők. Azt a körülményt pedig, hogy nem „*a fogyasztók teljes spektruma*” sérülékeny, kifejezetten figyelembe vette, hiszen csak az érintett fogyasztói kör egy részében állapított meg sérülékenységet és ennek megfelelően ezt csak alacsonyabb súlyosító körülményként értékelte.
250. Az eljárás alá vont előadta, hogy a vizsgálat nem terjedt ki annak a kérdésnek a tisztázására, hogy a sérülékeny körbe tartozó fogyasztók milyen arányt képviselnek az érintett termékeket megvásárló fogyasztók között, így amennyiben a GVH a súlyosító körülmény alkalmazása mellett döntene, úgy kéri, hogy a súlyosítás mértéke kisebb százalékban kerüljön meghatározásra.¹⁶³ Az eljáró versenytanács megjegyzi (ahogy fentebb is kifejtette), hogy nincs olyan kötelezettsége, hogy a fogyasztói csoportokat teljesen feltérképezze, arányukat meghatározza. Mindazonáltal az eljáró versenytanács figyelemmel volt arra, hogy nem a „fogyasztók teljes spektruma”, hanem csak az anyagcserebetegségekben szenvedők köre került a kommunikáció üzenete szempontjából sérülékeny célcsoportként meghatározásra, éppen ezért alkalmazott kiemelt helyett közepes fokú súlyosítást. Mivel a sérülékeny célcsoportok védelmét a GVH fontos prioritásnak tekinti, az eljáró versenytanács nem látott különös indokot arra, hogy a jelen esetben – a Bírságközlemény 28. pontjától eltérve – ennél kisebb mértékű súlyosítást alkalmazzon.

¹⁶¹ VJ/1-49/2024. számú észrevétel 72–73. pontjai

¹⁶² VJ/1-49/2024. számú észrevétel 76–77. pontjai

¹⁶³ VJ/1-49/2024. számú észrevétel 79. pontja

251. A jogsértő kereskedelmi gyakorlat időtartamának súlyosító körülményként való értékelése során a Lidl előadta, hogy a „*huzamosság értékelése már benne van a kiinduló összegben, így a jelenlegi számítási mód a kétszeres értékelés tilalmába ütközik. Ez alapján az eljárás alá vont kérte a súlyosítóként jelzett körülmény figyelembevételének mellőzését, amennyiben erre nem lenne lehetőség, akkor a súlyosítás mértékének kisebb százalékban történő megállapítását.*¹⁶⁴”
252. Itt az eljáró versenytanács a Bírágközlemény IV.1.3. fejeztére kíván hivatkozni, amely a kiinduló összegtől függetlenül önálló súlyosító tényezőként ítéli meg a kereskedelmi gyakorlat intenzitását, aminek egyik fő meghatározója, hogy mennyi ideig tartott és így mennyi ideig fejthette ki hatását. E körben az eljáró versenytanács arra jutott, egyezően a Bírágközleményben foglaltakkal, hogy a vizsgált jogsértő gyakorlat huzamosabb ideig, évekig tartott (az adott piacon szokásos kampányidőszakokat meghaladóan) és egy összetett kereskedelmi kommunikációs mixben valósult meg.
253. Nem igaz az a Lidl által előadott érvelés sem, hogy a kettős értékelés tilalmába ütközne ezen tényező alkalmazása, hiszen az eljáró versenytanács, kifejezetten a Lidl javára nem a teljes jogsértő gyakorlat ideje alapján meghatározott időtartamban vette figyelembe az árbevételi adatokat, hanem ennél egy jelentősen rövidebb időtartamban, amikor a terméknév alkalmazásán túlmenően, aktívabb kereskedelmi gyakorlatot is tanúsított az eljárás alá vont (aminek következtében a bírság során figyelembe vett árbevétel összege egyébiránt többszáz millió forinttal csökkent). A jogsértés megállapítására azonban a terméknév alkalmazását illetően is sor került; a kereskedelmi gyakorlat időintervalluma körében ezért látta szükségesnek a súlyosítást az eljáró versenytanács.
254. Az eljáró versenytanács elfogadva a Lidl érvelését, [üzleti titok]-os enyhítő körülményként azonosította, hogy az eljárás alá vont a teljes kiörlésű lisztarányról [üzleti titok] az üzlethelyiségben kihelyezett polccímkéken, QR kódon és honlapján a fogyasztó esetlegesen megkaphatta a helytálló információt (Bírágközlemény 48. pont). A csökkentés mértékének meghatározása során az eljáró versenytanács figyelemmel volt arra, hogy ezen utólagos tájékoztatás szerepe legfeljebb marginális lehetett, a mindennapi bevásárlási szituációkban jellemző fogyasztói magatartásra tekintettel.
255. A súlyosító körülmények és az enyhítő körülmény jelentőségére, súlyára és arányára figyelemmel a bírság kalkulált alapösszege a kiinduló összegnél [üzleti titok]-kal magasabb, kb. [üzleti titok] millió Ft. Az alapösszeg kiszámítását követően kerül sor a jogsértés esetleges ismétlődésének, a jogsértéssel elért előnynek, az elrettentő hatásnak és a Tptv. 78. §-ában meghatározott bírság maximumának a figyelembevételére.
256. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a fenti összeg korrekciós módosítása nem indokolt, továbbá nem állapítható meg, nem számszerűsíthető a fogyasztói kárból közvetlenül realizált előny. Az eljárás alá vont azonban visszaesőnek minősül, több ízben követett el a GVH által jogerősen megállapított jogsértést.
257. Az eljárás alá vonttal szemben az elmúlt 10 évben az alábbi ügyekben állapított meg a Versenytanács jogsértést:

Döntés száma	Döntés ideje	A jogsértő magatartás	A jogsértés jogalapja	A bírság mértéke (HUF)
VJ/30-59/2016.	2017. május 8.	A Lidl Magyarország Kereskedelmi Bt. 2015. november 12-től 2015. november 23-ig tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor a „ <i>Fa babaház</i> ” elnevezésű tennék kapcsán az „ <i>Ajándékkatalógus 2015</i> ” elnevezésű akciós újságban, a Lidl.hu weboldalon és az akciós online újságban becsalogató reklámot alkalmazott.	Fttv. melléklet 5. pont	3 000 000
VJ/19-31/2023.	2024. február 6.	A Lidl Magyarország Kereskedelmi Betéti Társaság eljárás alá vont vállalkozás 2023. február 13. és 2023. július 19. között közzétett „ <i>A Lidl a legolcsóbb élelmiszerlánc</i> ” állításon alapuló kereskedelmi kommunikációs	Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pont	90 000 000

¹⁶⁴ VJ/1-49/2024. számú észrevétel 80–83. pontjai

		állítások közzétételével megvalósította a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 6. § (1) bekezdés c) pontjában foglalt tényállást és ezzel megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében foglalt tilalmat.		
--	--	--	--	--

258. Az eljáró versenytanács a VJ/19-31/2023. számú határozat kapcsán megállapította, hogy az ebben született döntés későbbi, mint jelen eljárás megindulta és az abban az eljárásban vizsgált kereskedelmi gyakorlat is újabb, mint a jelen ügyben vizsgált kereskedelmi gyakorlat kezdő időpontja, így ezen ügyet a visszaesés szempontjából ismételten a Lidl számára kedvező módon nem vette figyelembe.
259. Az eljáró versenytanács figyelemmel a jogsértő magatartás (VJ/30/2016.) időpontjára, jogalapjára, ténybeli hasonlóságának mértékére, különösen arra, hogy a jogsértés több mint 8 éve történt, valamint arra, hogy a jogsértés más tényálláson, más jogalapon alapult, így a potenciálisan maximálisan alkalmazható akár 100% helyett [üzleti titok]-kal emelte meg a bírság összegét.
260. Erre figyelemmel a számított bírság összegét az eljáró versenytanács a Lidl számára kedvező módon, lefelé kerekítve, 186 millió Ft-ban állapította meg.
261. A Lidl 2023. március 1. – 2024. február 28. közötti nettó árbevétele 1.157.379.000.000,- Ft volt, ami alapján a Tptv. 78. § (1b) bekezdése szerinti törvényi bírságmaximum (15%, tekintettel arra, hogy folyamatos, illetve jelenleg is tartó jogsértő gyakorlatról van szó) 173.606.850.000 Ft, így a kiszabni tervezett bírságösszeg meg sem közelíti a törvényi maximumot.
262. A Tptv. 78. § (3) bekezdésében felsorolt tényezőkhöz kapcsolódva itt jegyzi meg az eljáró versenytanács azt is, hogy a fentiek szerint kalkulált bírságösszeget az eset összes körülményére, így különösen a jogsértés időtartamára, az érintett fogyasztói kör nagyságára, a részben sérülékeny célcsoportra és az eljárás alá vont érintett termékekből származó teljes árbevételére, valamint méretére, pénzügyi-gazdasági helyzetére tekintettel is arányosnak tartja.

VIII.

Egyéb eljárási kérdések

263. A Tptv. 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 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.
264. A fizetési kedvezmény iránti kérelmet a Bírságközlemény III.8. fejezetében foglalt szempontokra figyelemmel indokolni, és adatokkal, okiratokkal megfelelően alátámasztani szükséges.
265. A Tptv. 77. § (1) bekezdés d) pontja szerint a Gazdasági Versenyhivatal utóvizsgálat keretében hivatalból ellenőrzi az eljáró versenytanács végrehajtható határozatában előírt, meghatározott cselekmény elvégzésére, meghatározott magatartás tanúsítására vagy attól való tartózkodásra vonatkozó, az a)–c) pontban nem említett kötelezettség teljesítését, ha az a rendelkezésre álló adatokból nem állapítható meg. Ugyanezen szakasz (6) bekezdése kimondja, hogy a vizsgálónak az utóvizsgálatban előterjesztett jelentése alapján az eljáró versenytanács a feltétel teljesülésének, illetve az előírt kötelezettség teljesítésének megállapítása esetén az utóvizsgálatot végzéssel megszünteti, ennek hiányában d) az (1) bekezdés d) pontja szerinti esetben elrendeli a kötelezettség végrehajtását, vagy

e) amennyiben a c) pont cb) alpontjának vagy a d) pontnak az alkalmazása nem indokolt, az eljáró versenytanács megállapítja a kötelezettség nem teljesítését, és bírságot szabhat ki.

A (7) bekezdés előírja, hogy a (6) bekezdés d) pontja szerinti végrehajtásra a XII/A. Fejezet rendelkezéseit kell alkalmazni azzal, hogy a végrehajtást az eljáró versenytanács rendeli el.

266. A Tpvt. XII/A. fejezete rendelkezik a Gazdasági Versenyhivatal döntésének végrehajtásáról. A Tpvt. 84/A. § alapján a végrehajtásra az e fejezetben nem szabályozott kérdésekben az általános közigazgatási rendtartásról szóló 2016. évi CL. törvény (a továbbiakban: Ákr.) rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni azzal, hogy a végrehajtást a vizsgáló rendeli el.
267. 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 foganatosítja.
268. A Tpvt. 84/B. § (1) bekezdése alapján a vizsgáló az eljáró versenytanács döntésében előírt meghatározott cselekmény elvégzésére, meghatározott magatartás tanúsítására vagy attól való tartózkodásra vonatkozó kötelezettség (a továbbiakban együtt: meghatározott cselekmény) végrehajtásának elrendelésével egyidejűleg – ha a meghatározott cselekmény teljesítése más végrehajtási módon keresztül hatékonyan nem biztosítható – végrehajtási bírságot szab ki. A (2) bekezdés szerint a végrehajtási bírság a vállalkozással és a vállalkozás törvényes képviselőjével szemben egyidejűleg is kiszabható.
269. 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.
270. A Tpvt. 84/D. § (2) bekezdése értelmében a meghatározott cselekmény végrehajtását a Gazdasági Versenyhivatal foganatosítja, kivéve, ha a vizsgáló végrehajtási bírság kiszabásáról döntött. A meghatározott cselekmény végrehajtására irányuló végrehajtási eljárásban kiszabható eljárási bírságra a 61. § (3) bekezdését kell alkalmazni.
271. A Tpvt. 81/A. §-a alapján a jogorvoslatra az e fejezetben nem szabályozott kérdésekben az Ákr. rendelkezéseit kell alkalmazni.
272. 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.
273. 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 a digitális államról és a digitális szolgáltatások nyújtásának egyes szabályairól szóló 2023. évi CIII. törvény (a továbbiakban: Dáptv.) alapján elektronikus úton történő kapcsolattartásra kötelezett minden beadványt kizárólag elektronikusan – a Dáptv-ben és végrehajtási rendeleteiben meghatározott módon – nyújthat be a bírósághoz.
274. A Dáptv. 19. § (1) bekezdése alapján elektronikus ügyintézésre köteles az államigazgatási szerv feladat- és hatáskörébe tartozó ügyben ügyfélként eljáró gazdálkodó szervezet és az ügyfél jogi képviselője.
275. A Dáptv. 19. § (5) bekezdése szerint, ha jogszabály egy nyilatkozat megtétele vonatkozásában az elektronikus kapcsolattartást – vagy az elektronikus kapcsolattartás módját – kötelezővé teszi, az e követelménynek meg nem felelő nyilatkozat – törvényben vagy kormányrendeletben meghatározott esetek kivételével – érvénytelen.
276. 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.

277. Az illetékekről szóló 1990. évi XCIII. törvény (a továbbiakban: Itv.) 37. § (1) bekezdése szerint a bírósági eljárásért az Itv.-ben megállapított illetéket kell fizetni.
278. 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.
279. 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 illetéket, akit a bíróság erre kötelez.

Budapest, 2025. február 12.

dr. Köhalmi Attila
előadó versenytanácsstag

Váczai Nóra
versenytanácsstag

dr. Szoboszlai Izabella
versenytanácsstag