



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL
VERSENYTANÁCS

1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

Telefon: 472-8864 Fax: 472-8860

Vj-8/2005/29.

Ikt.sz.:.....

A Gazdasági Versenyhivatal versenytanácsa az **Avalon Team Kereskedelmi és Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság** (Piliscsaba) eljárás alá vont ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt indult eljárásban – nyilvános tárgyaláson – meghozta az alábbi

határozatot.

A versenytanács megállapítja, hogy eljárás alá vont vállalkozás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított azzal, hogy a Vivax, Metabol, Oxitarm és Életkristály termékek forgalmazása, valamint az azokkal kapcsolatos tájékoztatás során a termékeknek gyógyhatást tulajdonított.

A versenytanács az eljárás alá vontat a jogsértő magatartás további folytatásától a határozat kézhezvételétől számítottan eltiltja.

A versenytanács helyreigazító nyilatkozat közzétételére kötelezi az eljárás alá vontat a határozat kézhezvételétől számított 60 napon belül négy-négy alkalommal az eredeti hirdetésekkel megegyező formátummal és nagyságban a Blikk, Metro és Budapesti Piac kiadványokban az alábbiak szerint:

- a Metabol és az Oxitarm étrend-kiegészítő termékeiről a fogyasztók megtévesztő módon azt állította, hogy azok gyógyhatásúak. Így különösen

- a Metabolról jogszerűen nem lett volna állítható, hogy fogyasztó hatású termék, mely segíti a pajzsmirigy normális működését, megszünteti a depressziót, fáradtságot, memóriazavart, segíti a koncentrációt, fontos szerepet játszik a szív- és keringési rendszer egészséges működésében.

- az Oxitarmról jogszerűen nem lett volna állítható, hogy javítja az emésztést, gyakoribbá teszi a székletet, anélkül, hogy hasmenést okozna, megszüntetheti az allergiás problémákat, leszámol a Candidával is, enyhíti az ízületi és reumás panaszokat, valamint bélpanaszokat.

A versenytanács kötelezi az eljárás alá vontat 30.000.000 (azaz harmincmillió) forint bírság megfizetésére, melyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételi számlájára köteles befizetni.

Egyéb tekintetben a versenytanács a versenyfelügyeleti eljárást megszünteti.

Az eljárás alá vont a határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Bíróságnak címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtandó keresettel kérheti.

Indokolás

I. Az eljárás megindítása

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) 2005. január 20-án a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló - többször módosított - 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 70. §-a alapján versenyfelügyeleti eljárást indított az Avalon Team Kereskedelmi és Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság (a továbbiakban: Kft.) ellen annak megállapítására, hogy az eljárás alá vont vállalkozás étrend-kiegészítő termékeiről olyan tájékoztatást adott-e fogyasztóinak, melyek megsértették a Tpv. 8. §-ának rendelkezéseit.

Az eljárás alá vont kifogásolt magatartását a versenyfelügyeleti eljárás megindítását követően is folytatta, ezért - valamint az eljárás alá vont magatartásával szemben közben beérkezett bejelentések miatt – a versenytanács az aktát a vizsgálónak Vj-8/2005/14. számú határozatával visszaadta. Az eljárást a GVH az eljárás alá vont 2005. évi tájékoztató magatartására is kiterjesztette.

II. Az eljárás alá vont

2. Az Avalon Team Kereskedelmi és Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaságot 2002-ben alapították. A vállalkozás főként természetes alapú étrend-kiegészítőket értékesít – elsősorban nagykereskedelmi forgalomban, bár termékei az interneten keresztül is megvásárolhatók kiskereskedelmi forgalomban. 2004 óta az eljárás alá vont a Vivax, Oxytarm, NumberOne, Shrinkers, FatMagnets, FatLoss, Hairgain kapszula és balzsam és Metabol nevű termékek kizárólagos magyarországi forgalmazója. E termékek mellett a vállalkozás az Életkristály nevű terméket is forgalmazza – nem kizárólagos forgalmazóként. A vállalkozás 2003-ban 119 millió forint, 2004-ben 2,3 milliárd forint nettó árbevételre tett szert. A vállalkozás termékei reklámozására jelentős összeget költött az elmúlt időszakban, melynek körülbelül a felét a Metabol értékesítésének segítésére fordította. (Lásd Vj-8/2005/2. és Vj-8/2005/7. számú iratokat.)
3. A Versenytanács a Vj-160/1999. számú fogyasztók megtévesztésének megállapítására indult versenyfelügyeleti eljárásban jogerős ítéletében jogsértést állapított meg a SmartLine Kft. esetében és egymillió forint bírságot szabott ki a vállalkozásra. Az akkori és a jelen eljárásban érintett eljárás alá vontak közvetlen befolyást lehetővé tevő résztulajdonosa/cég-, illetve ügyvezetője ugyanaz a személy. (Lásd a Vj-8/2005/4. számú iratot.) A Vj-160/1999. számú eljárásban a versenytanács jogerős határozata szerint a SmartLine Kft. a Gaia Hairgain nevű táplálék-kiegészítő kapszulára és hajbalzsamra vonatkozóan a fogyasztók megtévesztésére alkalmas tájékoztatást adott. A versenyfelügyeleti eljárás utóvizsgálata megállapította, hogy az eljárás alá vont a 2000. február 21-én hozott határozat után tovább folytatta kifogásolt hirdetési gyakorlatát. Minderre tekintettel a Versenytanács végrehajtási bírságot szabott ki a vállalkozással szemben.

III. A vizsgált magatartás

4. Az eljárás alá vont Kft. élelmiszernek minősülő étrend-kiegészítő termékeit különféle médiában reklámozza intenzíven. Az eljárás alá vont már 2004-ben is többször (lásd a Vj-8/2005/3/g. számú iratot), majd az idei évben még intenzívebben adott tájékoztatást termékeiről a fogyasztók felé. Nyilatkozata szerint az idei évben 2005 májusáig a Blikkben hetente kétszer (szombaton és vasárnap), a Metróban, Szabad Földben, Budapesti Piacban hetente egy-egy alkalommal folyamatosan népszerűsíti Vivax, Oxytarm és Metabol termékeit. De megjelent hirdetése a Story Magazinban (egyszer), a Blikk Nők magazinban (négyszer), valamint a Patika Magazinban és az Elixirben is egy-egy alkalommal. Írásos tájékoztató anyagai www.avalonteam.hu címen található internetes honlapján is megtalálhatók. (Lásd a Vj-8/2005/3/4. számú iratot.) A Budapest Televízió „Diagnózis” műsorában szakértői beszélgettek a termékről 2004-ben 24, 2005-ben 16 alkalommal. Rövid reklámfilm jelent meg a Sport1 és más csatornán 2004-ben és 2005-ben is. A reklám-marketing kiadások meghaladták a 100 millió forintot. (Lásd a Vj-8/2005/3/3., Vj-8/2005/17/5. és a Vj-8/2005/18. számú iratokat.)
5. A Kft. 2005 májusában saját szerkesztésű és kiadású országos terjesztésű kiadványt jelentetett meg 1.601.000 példányban. A kiadvány bevezetőjében az eljárás alá vont ügyvezető tulajdonosa, mint főszerkesztő az alábbi tájékoztatást adja az olvasók számára: „Az Excalibur, lévén az egyik legnagyobb példányszámú magazin hazánkban, amely szinte minden háztartásba eljut, olyan, szó szerint életfontosságú információk átadására vállalkozik, melyek révén mindenki közelebb kerülhet saját nyűgének, betegségének és bajának megoldásához.” (Lásd a Vj-8/2005/17/3. számú iratot.) A kiadvány gyakorlatilag az alábbi 6. pontban részletesen ismertetett, korábban máshol megjelent hirdetéseket és terméktájékoztatásokat, véleményeket együtt közli.
6. Az eljárás alá vont termékeiről az alábbi tájékoztatást adta különböző média felületeken:
- 6.1 Vivax. A Vivax nevű termékről hirdetések jelentek meg 2004 nyarától a nagy példányszámú Blikk napilapban (10 alkalommal), Metró újság napilapban (2 alkalommal) és a Vasárnap Reggel hetilapban (2 alkalommal) és más lapokban (Ideál, Blikk TV Magazin) is. A VIVAX termékkel kapcsolatban többek között a következő hirdetési szövegek voltak olvashatók a Metróban (például 2004. október 15-én): „Az európai és amerikai diadalmenetet követően Magyarországon is hódít a VIVAX és tartja lázban a fáradtsággal, kimerültséggel, depresszióval, csökkent nemi vágygal és lanyhuló potenciával vagy éppen libidóval küszködő magyar férfiak és nők, túlzás nélkül milliós táborát. ... A VIVAX egy forradalmian új találmány, amellyel számos klinikai vizsgálatot végeztek világszerte. ... Hatásának az a lényege, hogy természetes módon stimulálja a növekedési hormon és a tesztoszteron termelését. Ezzel párhuzamosan csökkenti az úgynevezett 'stressz hormon', a cortisol mennyiségét.” (Lásd a Vj-8/2005/3/1a. számú iratot.)
- A Blikk és a Blikk TV Magazinban a dr. Flórián Sándor belgyógyással készített interjúban a következő volt olvasható: A Vivax „...hatásának lényege, hogy természetes módon stimulálja a növekedési hormon és a tesztoszteron termelését. Ezzel párhuzamosan csökkenti az úgynevezett 'stressz hormon', a cortisol mennyiségét.”(Lásd a Vj-8/2005/3/2g. számú iratot.)
- A Blikk 2004. június 12-i számának 3. oldalán a dr. Flóriánnal készült interjú hirdetésben egyebek mellett az is szerepel, hogy „a Vivax nem egyszerűen egy potenciát fokozó szer, sokkal több annál. ... Eddig még senki sem akadt, aki ne tapasztalta volna meg a Vivax áldásos hatásait. ... 'össejt' kivonat ... az „össejtek” kutatása talán a legígéretesebb területe a humán gyógyászatnak is. ... stimuláló hatása révén csökken a cortisol szintje. (Ugyanebben a lapban, illetve annak TV Magazinjában, és a Metró lapban „Vivax – Nem csak kirobbanó potencia”, „Vivax – Jókedv, erő, potencia”, „Vivax

– Nem csak kirobbanó potencia”, vagy „Vivax – Kirobbanó potencia!” címmel hasonló tartalmú interjú hirdetések jelentek meg. Lásd a Vj-8/2005/18/24-25. számú iratot.)

A Vj-8/2005/18/24-25. számon elfekvő iratban olvasható tájékoztatás szerint „a Vivax egy forradalmian új találmány, amellyel számos klinikai vizsgálatot végeztek világszerte”.

A Kft. termékismertető szórólapon a Vivaxról egyebek mellett az alábbi tájékoztatást nyújtotta: „VIVAX. A kirobbanó erő! Energia a test és lélek számára, hogy elérje ÁLMAI POTENCIÁLJÁT! ... A Vivax egy teljesen egyedülálló termék, amely az 'összejt kutatás' legújabb eredményeire épít. Fő hatóanyaga a megtermékenyített tojásból kinyert fehérje kivonat. ... A Vivax rövid időn belül megnöveli a teljes szervezet energia szintjét, a szexuális érdeklődést és fantáziát.” Illetve: „A VIVAX címszavakban ... Növeli a fizikai és szellemi teljesítőképességet, fokozza a potenciát és a libidót ... Csökkenti a depressziós tüneteket.”

Az Ideál női folyóirat 2004. július 1-i számának 71. oldalán található reklámjában egy felfelé álló uborka képét kiegészítve, a Vivax dobozának képe alatt „... és nő a potenciál” szlogen olvasható.

Az Excalibur lapban egész oldalas hirdetés jelent meg. Egy országosan ismert idős ember és fiatalabb feleségének képe mellett a hirdetésen az alábbi szöveg olvasható: „Néha már éreztem az évek súlyát. Most nem! Vivax. A kirobbanó potencia! (A képen a termék doboza is jól látható.) (Lásd Vj-8/2005/17/3. számú iratot.)

Az eljárás alá vont internetes honlapján szintén nyújtott tájékoztatást, mely az alábbiakat is tartalmazta: „A Vivax rövid időn belül megnöveli a teljes szervezet energia szintjét, a szexuális érdeklődést és fantáziát. Kedvet csinál a szexuális együttléthez és biztosítja az ehhez nélkülözhetetlen lelki és fizikai energiát. ... Növeli a szexuális vágyat és fantáziát ... fokozza a potenciát és a libidót, csökkenti a depressziós tüneteket”. (Lásd a Vj-8/2005/3/4. számú iratot.)

A Vivax fogyasztói tájékoztatója a fenti tartalmat ismétli meg. (Lásd a Vj-8/2005/3/3c-e., Vj-8/2005/17/7. számú iratot.)

A termékről tv-reklám is készült, melyet 2004. nyarán az M1, Viasat és Sport1 csatornákon mutattak be. Egy tűzijáték jelenet közben, robbanó petárdák képe és hangja közepette a „Vivax. Kirobbanó potencia. Természetes roboráló élelmiszer.” felirat olvasható. (Lásd a Vj-8/2005/27. számú irat kazetta mellékletét.)

6.2 Metabol. A 2004 áprilisától forgalmazott Metabol nevű termékről is folyamatosan jelentek meg hirdetések a Blikk napilapban (2004-ben 40 alkalommal), Metró napilapban (2004-ben 8 alkalommal), a Vasárnap Reggel hetilapban (2004-ben 4 alkalommal), az Elixír havilapban (2004-ben 3 alkalommal), az Ideál lapban (2004-ben 3 alkalommal), a Nők Lapja, Kiskegyed és Story hetilapokban (2004-ben 2-2 alkalommal), továbbá más lapokban (Természetgyógyász Magazin, Maxima, Meglepetés, RTV újság) is, melyek pontos száma nem ismert.

A METABOL termékkel kapcsolatban többek között a következő hirdetési szöveg volt olvasható a Metróban, ahol egyúttal elégedett fogyasztói véleményeket is közzétettek:

„METABOL-Story: Megszűnt a szőrösödés ... Az elmúlt hat hónap során a METABOL rengeteg ember életét változtatta meg gyökeresen. ... valakinél csak a harmadik hónap után kezdődik meg a súlycsökkenés. Ez nem meglepő, hiszen minden szervezet másként reagál a biojódra és a pajzsmirigynek is idő kell ahhoz, hogy teljesen áthangolja az anyagcserét. Egyébként a METABOL akár korlátlan ideig is szedhető bármiféle kockázat nélkül.” (Lásd a Vj-8/2005/3/2d. számú iratot.)

A METABOL termékkel kapcsolatban hirdetésként többek között a következő állítások szerepeltek a Blikk Magazinban egy orvossal (dr. Flórián Sándor belgyógyásszal) készített interjúban: „Bár a Metabol nem csupán fogyókúra termék, mégis rengetegen számolnak be akár több tízkilós fogyásra is három-négy hónap alatt.

Régi depressziós problémák múltak el, több hölgynek teljesen megszűnt a fokozott szőrösödése ... Sőt többen még a dohányzásról is le tudtak szokni a Metabol segítségével.” (Lásd a Vj-8/2005/3/3g. számú iratot.)

A Budapesti Piac ingyenes hirdetési hetilapban reklámcikk jelent meg a termékről, azt állítva, hogy a Metabol étrend-kiegészítő termék. A felsejében olvasható: „A fogyás mellett sokan azt tartják a METABOL legnagyobb csodájának, hogy teljesen megváltoztatta életüket. Régi depressziós problémák múltak el nyomtalanul, megszűnt a állandó fáradtság, .. koncentráció és memóriazavar. ... elmúlt a fokozott szőrösödés”. dr. Flórián, mint a Metabolt kifejlesztő orvoscsoport vezetője a következő tájékoztatást adta: „... a lakosság legalább 80 %-a rejtett jódhiányban szenved, ... a jódhiányhoz mintegy 100 különböző betegség és tünet kapcsolódik, ... A METABOL biojód tartalma révén képes a szervezetben megszüntetni a jódhiányt és helyreállítani a testi és lelki egészséget. A METABOL biojód mellett biokrómot és L-Carnitint is tartalmaz. A biokróm ... növeli a sovány izomzatot. ... Az L-Carnitin ... egy rendkívül fontos egészségvédő anyag, ... fontos szerepet játszik a szív- és keringési rendszer egészséges működésében. ... Milyen problémákat okozhat a jódhiány? ... az elhízás mellett jelentős gond az állandó fáradtságérzet, az izületi és izomproblémák, a letargia, levertség, depresszió. A jódhiány ... memóriazavart, szívizom és keringési problémákat, potencia és libidó zavart, menstruációs problémákat is okoz. ... Noha nem fogyasztószer a METABOL, mégis sokan számolnak be igen jelentős fogyásról. Olyanok fogytak le látványosan, akik évtizedek óta képtelenek voltak csökkenteni a súlyukat, bármivel próbálkoztak is. Ráadásul ehhez még szigorú diétára sem volt szükségük. ... ha nem is fogyott, mégis rendkívül jót tett az egészségének a METABOL rendszeres használatával. ... megtapasztalhatják a betegségek nélküli aktív és tartalmas életet.” (Lásd a Vj-8/2005/18/1. és még a Vj-8/2005/17/6. számú iratot is, mely azonos tartalommal egy más helyen megjelent hirdetés szövegét tartalmazza.)

Az eljárás alá vont termékismertető szórólapokon a Metabolról egyebek mellett az alábbi tájékoztatást nyújtotta: „METABOL. A test újra ragyog! A Metabol egy világszerte egyedülálló termék, amely új oldalról közelíti meg a túlsúly problémát. Az eddigi teóriákkal szemben nem a kalória bevitel csökkentésére helyezi a hangsúlyt, hanem a pajzsmirigy optimális működtetésével a szervezet anyagcseréjét kívánja fokozni.” Illetve: „A METABOL címszavakban: ... Biojód tartalma segíti a pajzsmirigy normális működését és ezáltal a megfelelő anyagcsere fenntartását, a világon egyedülálló összetétel, különösen ajánlott a gyermekek számára.” (Lásd a Vj-8/2005/3/2. számú iratot.)

A Kft. internetes honlapján erről a termékről is nyújtott tájékoztatást, melynek szövege megegyezik a fentiekben ismertetett termékismertető tartalmával. A honlap azt is állítja, hogy „egyszerűen nincs meg a lehetőség a jódéhség kivédésére”, ezért kell a Kft. termékét fogyasztani. (Lásd a Vj-8/2005/3/4. számú iratot.)

2005 tavaszán az eljárás alá vont ismert személyekkel készített interjúk segítségével is népszerűsítette termékét. A Blikkben heti rendszerességgel, például az újság 2005. február 12-i számának 8. oldalán Gáspár Győzővel készült interjú jelent meg hirdetésként „Győzike: „Bombaformában vagyok a METABOL-tól” címmel. Ez a cikk kisebb változtatásokkal szintén hirdetésként a Blikk 2005. január 29-i számában megjelent „Győzike: -12 kiló = METABOL” című interjú tartalmát ismétli meg. A cikkek nem tesznek említést arról, hogy az étrend-kiegészítő szedése testtömeg csökkentő étrend betartása mellett lehet eredményes. Sőt, a cikkek azt sugallják, hogy csupán a Metabol használatával fogyást lehet elérni. A januári interjúban olvasható: „Győzike nem szégyelli, hogy imádja az életet és a finom falatokat. ... kezébe vette élete első Metabolját. Azóta már 12 kilóval kevesebb és úgy érzi újjászületett.” A februári cikkben

olvasható: „A METABOL használata mellett 124 kilós súlyából már 12-t sikerült leadnia. Tudja, hogy van még rajta felesleg bőven, de mivel imádja az életet, nem tud ellenállni a finom falatoknak. A METABOL szedése mellett úgy érzi, teljesen újjászületett és szinte mindenre képes. ... nem is fogyasztószer, annál is több.” (Lásd a Vj-8/2005/17/1., vagy a Vj-8/2005/18/2., Vj-8/2005/18/4. számú iratot.)

A Blikk Nők 2005. május 4-i számának 17. oldalán „20 kilót fogytam Metabol-lal!” címmel jelent meg hirdetés cikk, melyben egy fogyasztói véleményben ez olvasható: „Megszűnt az éhségérzetem és megindult a fogyás ... a fogyás mellett sok mindenben segített még: ... az injekciós kezelések nem segítettek hajhullásomon. A METABOL szedése alatt hajhullásom megszűnt. ... megszűnt az idegességem, ... depressziós voltam, de ma már szívesen mosolygok ...” (Lásd a Vj-8/2005/17/2., vagy a Vj-8/2005/18/2. számú iratot. Ez utóbbi iratban található hirdetés az előbbi iratban szereplő cikk egy másik, tartalmilag azonos változata. De lásd ezzel kapcsolatban még a Vj-8/2005/18/8., Vj-8/2005/18/10. számú iratokat is.) Ugyanezen az oldalon az újság egy másik fogyasztói véleményt is ismertet „Metabol csúcs! 38 kiló 5 hónap alatt!” címmel. A hirdetés cikkben az olvasható, hogy „Elkezdtem szedni a METABOL-t, de mellette nem diétáztam, csak igyekeztem kevesebbet enni. ... Továbbra sem diétázom, sőt bevallom, néha még nassolok is egy kicsit.” (Lásd a Vj-8/2005/17/2. számú iratot.) Tartalmilag ugyanez a cikk megjelent a Vasárnapi Blikkben és máshol (például a Patika Magazin 2005 májusi számában) is. (Lásd Vj-8/2005/18/5., valamint a Vj-8/2005/18/10., Vj-8/2005/18/12. ügyiratszámú dokumentumokat.) Ezen hirdetések megjelentek az Excalibur kiadványban is. (Lásd a Vj-8/2005/17/3. számú iratot.)

A Metró újság 2005. május 4-i számában és a Szabad Föld 2005. május 6-i számában megjelent „Gregor Bernadett: „Metabol a karcsúságom titka!” című reklámcikk szintén a diétázás és testmozgás nélküli fogyás ígéretével népszerűsíti a terméket: „A népszerű színésznő az utóbbi hónapokban több mint hat kilót adott le súlyából. Pedig nem evett kevesebbet, nem számolgatta a kalóriákat, nem kerülte a szénhidrátokat és még csak nem is mozgott rendszeresen. ... nem diétáztam, nem fogyókúráztam, nem vigyáztam arra, hogy mit és mennyit eszem, és ráadásul még nem is mozogtam rendszeresen. ... Három hónap után vettem csak észre, hogy elkezdtem fogyni.” (Lásd a Vj-8/2005/17/2. számú iratot.) Ez a cikk azonos tartalommal megjelent más újságokban is – így a Budapesti Piacban és az Excalibur lapban is. (Lásd a Vj-8/2005/17/3. és a Vj-8/2005/18/9., vagy a Vj-8/2005/18/14., Vj-8/2005/18/16. számú iratokat.)

Kaszás Géza színművésszel készült hirdetés interjú jelent meg több helyen (beleértve az Excalibur nevű kiadványt, vagy a Budapesti Piacot is) „12 kilót fogytam két hónap alatt!” címmel, melyben az olvasható, hogy a biojódot tartalmazó Metabol révén „magasabb szintre kerülhet az anyagcserém, tehát fogyni is lehet tőle”. (Lásd a Vj-8/2005/17/3., Vj-8/2005/18/6. számú és még a Vj-8/2005/18/7., Vj-8/2005/18/13-15. számú iratokat.)

A Metró újság 2004. november 3-i számában „Metabol-Story: „Megszűnt a szőrösödés!” címmel jelent meg hirdetés cikk, melyben azt olvashatták a Matabolról a fogyasztók, hogy az „teljesen áthangolja az anyagcserét ... korlátlan ideig is szedhető bármiféle kockázat nélkül ... Jókedv, erő, egészség, vitalitás, szép bőr és haj. Ez mind a METABOL. A fogyás csupán egy kellemes mellékhatás.” (Lásd a Vj-8/2005/3/2d. számú iratot.)

A terméket köztéri nagyméretű hirdetések is reklámozták, melyen az alábbi jelent meg: „Nem az a legjobb benne, hogy fogyaszt. Az csak ráadás! Metabol. Amire a tested mindig is vágyott.” (Lásd Vj-8/2005/17. számú irat 4. számú mellékletét.)

A Matabolról készült fogyasztói tájékoztató is a fenti tartalmat ismétli meg. (Lásd a Vj-8/2005/3/3c-e., Vj-8/2005/17/7. számú iratot.)

6.3 Oxytarm. A 2004. júniusától piacon lévő Oxytarm nevű termékről hirdetések jelentek meg a nagy példányszámú Blikk napilapban (2004-ben 20 alkalommal), Metró napilapban (2004-ben 4 alkalommal), Vasárnap reggel hetilapban (2004-ben 3 alkalommal), Elixír és Ideál (2004-ben 2-2 alkalommal), valamint a Nők Lapja, Kiskegyed és Story hetilapokban (2004-ben 1-1 alkalommal) az alábbi tartalommal. A Metró újságban, ahol egyúttal elégedett fogyasztói véleményeket is közzétettek, az alábbi volt olvasható a termékről: „OXYTARM - Végre elmúltak bélpanaszaim! ... Az Oxytarm-ot öt évvel ezelőtt skandináv kutatók fejlesztették ki, mert bár a térségben igen egészségesen élnek és táplálkoznak, a bélproblémák mégis aggasztóan nagy számú skandináv lakost érintettek. Az Oxytarm egy egész új módszer révén, oxigén segítségével tisztítja meg a teljes bélrendszert, de mindenekelőtt a vastagbelet. ... Az Oxytarm már néhány napos használat után is jelentősen javítja az emésztést, gyakoribbá teszi, legalább napi két alkalom, a székletet, anélkül, hogy hasmenést okozna. ... Csökken a fáradtság, nő a vitalitás és az energia. Megszűnhetnek az allergiás problémák és végleg le lehet számolni a Candidával is. Enyhülhetnek az ízületi és reumás panaszok és a jobb táplálékfelszívódás révén az egész közérzet jelentősen javul.”(Lásd a Vj-8/2005/3/3g. számú iratot.)

Az OXYTARM-ról a Vasárnapi Blikk Magazinban dr. Flórián Sándor belgyógyással készített interjúban az alábbi jelent meg: „ ... Az Oxytarm-ban lévő oxigén és bioflavonoidok tisztítják és fertőtlenítik a vastagbelet és feloldják az akár sokéves lerakódásokat is. Ezen kívül oxigén dús környezetet teremtenek a vastagbélben és ezáltal segítik a védő bélbaktériumok munkáját, harcát a gombák, mindenek előtt a Candida ellen. ... Megszűnhetnek az allergiás problémák és végleg le lehet számolni a Candidával is.” (Lásd a Vj-8/2005/3/3g. számú iratot.)

Az Excalibur kiadványban, a Budapesti Piac-ban és másutt is hirdetésben közzétett ugyanazon fogyasztói levél ismertetésében az alábbi olvasható az Oxitarm étrend-kiegészítőről: „ ... egy gyógyszerész tanácsára megvásároltam a terméket. ... 34 éves vagyok, nagyjából 18 éves korom óta szedek valamilyen hashajtót, emésztést segítő tablettát, teát. Ezt megelőzően székrekedéssel és jelentős túlsúllyal küzdöttem. Sokszor még ezek sem segítettek, és napokon át nem volt székletem ... Néhány nap után már csak egyedül az Oxitarm-ot szedtem, és csodák csodájára a székletem tényleg teljesen rendbe jött.” (Lásd a Vj-8/2005/17/3. Vj-8/2005/18/19-22. számú iratokat.)

Az Excalibur kiadványban „Végre elmúltak a bélpanaszaim!” címmel egy idősebb hölgy leveléből idéznek a szerkesztők az alábbiak szerint: „Hiába szedtem különböző hashajtókat, ezek nem vezettek eredményre. Az orvosok is tehetetlenek voltak és nem értették, miért nem működnek ezek a másoknál jól bevált szerek. Végezetül már nagyon erős szerek használatára kényszerültem, ám ezek borzalmas hasgörcsöket és szűnni nem akaró hasmenést okoztak. Szinte már elviselhetetlen volt a helyzet, amikor kipróbáltam az OXYTARM-t. ... néhány nap után normalizálódott a helyzet és korábbi problémáim nyomtalanul eltűntek.” (Lásd a Vj-8/2005/17/3. számú iratot.)

A Kft. termékismertető szórólapokon a Oxitarmról egyebek mellett az alábbi tájékoztatást nyújtotta: „OXYTARM. Tisztaság kívül-belül! Az Oxytarm egy forradalmian új megoldást követ. Az OxyGen világszabadalom alapján magnéziumhoz kötött oxigént juttatnak be az emésztőrendszerbe egy olyan egyedülálló kristályszerkezetben, amely a gyémántban látható oxigén zárványokhoz hasonló. Ezt az erős kristályszerkezetet az emésztő savak csak a bélrendszerben tudják feltörni. Az így felszabaduló oxigén, magnézium és bioflavonoidok fellazítják az akár több éves lerakódásokat a vastagbél faláról. ... Az oxigén gazdag környezet mindent megtisztít és fertőtlenít a vastagbélben.” Illetve: „Az Oxytarm címszavakban: ... Segít a székrekedés,

hasmenés, gázosodás, aranyér és különféle bélgyulladások esetén, a Candida elleni küzdelem nélkülözhetetlen eszköze, segíti a védő bélbaktériumok szaporodását.”

Az eljárás alá vont internetes honlapján szintén nyújtott tájékoztatást. A vizsgálati jelentés készítésekor - 2005 első negyedévében - közzétett tájékoztatásban ugyanaz a szöveg volt olvasható a honlapon, mint a fentiekben ismertetett termékismertetőben. Az Oxitarmról kiadott fogyasztói tájékoztató is a fent ismertetett tartalmat ismétli meg. (Lásd a Vj- 8/2005/3/3c-e., Vj-8/2005/17/7. számú iratot.)

6.4 Életkristály. Az eljárás alá vont internetes honlapján is nyújtott tájékoztatást. A vizsgálati jelentés készítésekor - 2005 első negyedévében - közzétett tájékoztatásban az Életkristály Extra nevű termékkel kapcsolatban többek között az alábbiak voltak olvashatóak Dr. George Merkl ajánlásában: „Az Életkristály egy olyan egyedülálló energiakonzentrátum, amely különleges napdesztillációs eljárás révén képes a Nap szabad energiáit befogadni, raktározni és sejteink számára felhasználhatóvá tenni. ... A szer összetevőinek hatása révén képes a vízháztartás módosítására, ezért általa oldhatóvá lesznek az apoláris anyagok, pl. a zsírok. Így az oldat segít az ereink kitisztításában. Ezáltal csökkennek az érszűkület, érlemeszesedés, magas koleszterinszintből adódó problémák. ... erősíti az immunrendszert ... jó hatású a termékenységre és a potenciára, lassítja az öregedés folyamatát és fokozza a fizikai és szellemi teljesítőképeséget.” (Lásd a Vj-8/2005/3/4/4. számú iratot, továbbá a Vj-8/2005/17/3. számon nyilvántartott Excalibur kiadványban megjelent azonos tartalmú tájékoztatást.)

6.5 Shrinker. Az eljárás alá vont internetes honlapján nyújtott tájékoztatást szerint: „A kutatók szerint a krómbevitel jótékony hatású az inzulintermelés támogatásában, sőt a sheffieldi Norther General Hospital kísérleti eredményei szerint a cukorbetegek vérében jelentősen csökkent krómszint mutatható ki. ... A Shrinkers-ben található, szabadalommal védett Chrome Plus+ adalék, bioaktív módon, nagy hatásfokkal tud hasznosulni. A ChromePLUS+ egy olyan oxigénnel niaconhoz kötött krómvegyület, amely a kísérletek szerint 18-szor jobban tud hasznosulni, mint a hagyományos krómtermékek. Így már néhány nap után csökken az édességek iránti kínzó vágy és megindulhat a súlycsökkenés.” (Lásd a Vj-8/2005/3/4/5. számú iratot.)

A Vj-8/2005/17/8. számon nyilvántartott tájékoztató anyag szerint a Shrinkers olyan speciális króm komplexet tartalmaz, amely normalizálja a vércukorszintet.

6.6 Hairgain. Az eljárás alá vont internetes honlapján található tájékoztatás arról adott hírt, mely szerint: „Az egyik igen nagy tudományos visszhangot kiváltó klinikai kísérletet Svédországban végeztek. Egy éves Hairgain használat után minden típusú kopaszodás esetén is jelentős javulást tapasztaltak. A férfiak esetében leggyakoribb örökletes hajhullás vagy a foltos kopaszodás esetén is igen eredményes lehet a Hairgain. Lelassítja, vagy akár teljesen le is állítja a hajhullás folyamatát, erősíti a meglévő hajszálakat és stimulálja az új haj növekedését. ...Olvassa el a Hairgain termékünkkel kapcsolatos kutatási eredményeket!” (Lásd a Vj-8/2005/3/4/6. számú iratot.)

4.6 Zsírmağnes. A termékről szóló internetes hirdetés 2004-ben még megtalálható volt a honlapon, a vizsgálat ideje alatt azonban már nem volt elérhető. (Lásd a Vj-8/2005/3/4. számú iratot.) A Zsírmağnes nevű termékkel kapcsolatban többek között az alábbi állítások voltak olvashatóak: „Mivel a Zsírmağnes csupán teljesen természetes anyagokból áll, használata teljesen biztonságos és semmiféle mellékhatást nem okoz. Mindezt számos klinikai vizsgálat és kutatás bizonyítja. Eddig több mint 200 tanulmány készült a chitonsanról, amelyek bizonyítják, hogy minden más rostnál nagyobb mennyiségű zsírt képes megkötni.” Illetve: „Zsírmağnes címszavakban ... Már a gyomorban megköti a táplálékkal bevitt zsírok nagy részét. Használata biztonságos, mellékhatás nincs. A világon egyedülálló termék.” (Lásd a Vj-8/2005/3/4/7. számú iratot.)

A Vj-8/2005/17/8. számon iktatott fogyasztói tájékoztató szerint a termék révén megelőzhető az elhízás és a meglévő túlsúly is jelentősen csökkenthető, míg a Vj-8/2005/17/9. számú irat tartalma szerint ez egy olyan szer, amely nem engedi, hogy többé elhízzon. Továbbá, arra hívja fel a fogyasztók figyelmét, hogy a termék fogyasztása révén nincs többé elhízás, nincs többé éhezés és fogyókúra! Egy másik - ugyanebben az iratban található - szórólap formájú fogyasztói tájékoztató az alábbi állításokat tartalmazza: „Egy szer, amely nem engedi, hogy többé elhízzon. ... A Zsír-mágnes révén minden különösebb erőfeszítés nélkül, teljesen természetes és egészséges módon fogyhat ... Átlagosan 2-3 kg közötti havi fogyás várható ... A Zsír-mágnes mellett, a kívánt súly elérése után, soha többé nem lehet visszahízni vagy újra elhízni. ... nem kell olyan szigorú diétát tartani ... Nem kell többé éhezni és sanyargatni magunkat. Ésszerű táplálkozás a Zsír-mágnes segítségével nagyobb eredményt hozhat, mint minden más eddigi fogyókúra.”

4.7 Fatloss. A Vj-8/2005/17/8. számú irat szerint a termék konjugált linolsav hatóanyag tartalma jelentősen növeli a sovány izmok tömegét.

4.8 NumberOne. A terméről szóló tájékoztatás 2004-ben még megtalálható volt a honlapon, a vizsgálat ideje alatt azonban már nem volt fenn a hálón. (Lásd a Vj-8/2005/3/4. számú iratot.) A termékkel kapcsolatban többek között az alábbi állítások voltak olvashatóak: „Walter Willett professzor vezetésével hatalmas tudományos vizsgálatot végeztek. ... nyilvánvaló a felfedezés, hogy nem elsősorban a zsírok, hanem sokkal inkább a szénhidrátok az elhízás első számú okai. Ezen tudományos felfedezésen alapul az a forradalmian új tableta, amely Magyarországon a világpremierrel egy időben kerül forgalomba. ... egyik hatóanyaga a Garcinia Cambogiából, amely az indiai citrusféle, készült kivonat, a hidroxicitromsav. Számos tudományos kísérlet igazolja, hogy ez a kivonat jelentősen csökkenti az éhségérzetet, valamint gátolja a feleslegesben bevitt szénhidrátok zsírrá alakulását. Emellett felgyorsítja az anyagcserét és a zsírégetést.”
Illetve: „NumberOne címszavakban ... Használata biztonságos, mellékhatása nincs. Korra, nemre és egészségi állapotra való tekintet nélkül alkalmazható. Megelőzi a visszahízást.” (Lásd a Vj-8/2005/3/4/8. számú iratot.)

7. A GVH tudomása szerint az internetes honlapon közzétett tájékoztatás – a jelzett kivételekkel - jelenleg is hozzáférhető a fogyasztók számára.
8. A Budapest Piac www.bppiac.hu/bpu_wide.php?type=4#706 internetes címén megtalálhatók voltak az eljárás alá vont Metabol, a Vivax, az Oxytarm termékeiről szóló hirdetések a versenyfelügyeleti eljárás alatt is. Ezek tartalmilag megegyeznek a fent leírtakkal. (Lásd a Vj-8/2005/16. számú iratot.)
9. Az eljárás alá vont magatartása az étrend-kiegészítők, különleges élelmiszerek és gyógyszerek nem minősülő gyógyhatású készítmények és a gyógyszerek magyarországi piacát érintette.

III. Az Országos Gyógyszerészeti Intézet véleménye

10. Az eljárásban az Országos Gyógyszerészeti Intézet (a továbbiakban: OGYI) véleményét elküldte a VIVAX készítmény Metró újságban 2004. szeptember 15-én megjelent reklámjáról:

„A hirdetés olyan hatást tulajdonít a terméknek, amely kizárólag a gyógyszerként törzskönyvezett készítményektől lenne várható. Túlmutat tehát egy táplálék-kiegészítő alkalmazása során fellépő – a szervezetre gyakorolt – kedvező hatások említésén és olyan élettani változások előidézést tulajdonítja a készítménynek, amelyre nincs tudományos bizonyíték (pl. stimulálja a növekedési hormon és a tesztoszteron termelését, csökkenti a cortisol mennyiségét, csökkenti a depressziós tüneteket stb.). Megjegyezzük, hogy ha a

Vivax valóban rendelkezne ezekkel a hatásokkal, súlyos mellékhatások felléptével is számolni kellene!” (Lásd a Vj-8/2005/3/1. számú iratot.)

Az OGYI véleménye a Metabolról a Metró újság 2004. szeptember 3-i számában megjelent reklámról az alábbi: „... Metabol szerves kötésű krómot, L-karnitint és jódtartalmú algakivonatot tartalmazó OÉTI által engedélyezett étrend-kiegészítő. A hirdetés szövegével kapcsolatban az alábbi kifogásokat tesszük: A hirdetés túlmutat az étrend-kiegészítő alkalmazása során fellépő – szervezetre gyakorolt – azon kedvező hatások említésén, amely a címkeszöveg értelmében elvárható és olyan élettani változások előidézését tulajdonítja a készítménynek, amelyekre egyértelműen nincs tudományos bizonyíték. A terméket ilyen módon népszerűsítő és fogyasztást ösztönző hirdetésében szerepel, egy betegről származó egészségnevelési szempontból káros, nem kontrollált esetleírás. Ez azt sugallja a széles Metro olvasótábor számára, hogy a készítmény folyamatos szedésével megszüntethető a fáradékonyság, alvászavar, feledékenység, bőrszárazság, erős verejtékezés, erőteljes szőrnövekedés és két havi szedés után – a testtömeg csökkentő étrend eredményességét segítő hatás helyett! – már súlycsökkenéssel is lehet számolni.” (Lásd a Vj-8/2005/3/1. számú iratot.)

IV. A Fodor József Országos Közegészségügyi Központ Országos Élelmezés- és Táplálkozástudományi Intézetének véleménye

11. A vizsgálat számára a Fodor József Országos Közegészségügyi Központ Országos Élelmezés- és Táplálkozástudományi Intézete (a továbbiakban: OÉTI) elküldte az eljárás alá vontnak megküldött szakvéleményét a Metabolról: „... feltétellel hozzájárulok hogy az Avalon Team Kft. (1148 Budapest, Vezér út 134.) a Permex Pharma Kft. 8900 Zalaegerszeg Bíró Márton u. 38. cím alatt lévő üzemében a METABOL szerves kötésű krómot, L-karnitint és jódtartalmú algakivonatot tartalmazó étrend-kiegészítő készítmény megnevezésű terméket előállítsa és 60 db 470 mg-os tablettát tartalmazó színes grafikájú faltkarton dobozba helyezett, színes grafikájú címkével ellátott, garanciazáras kupakkal zárt műanyag flakonban forgalmazza.” „A termékek hatóanyagai elősegíthetik a testtömeg csökkentő étrend eredményességét.” Ugyanakkor törlendő a „A készítmény egyedülálló összetételű” mondat. „A benyújtott dokumentációkban szereplő adatok bármilyen megváltoztatására csak intézetünk hozzájárulását követően van mód.” (Vj-8/2005/3/2a. sz. irat)
12. Az OÉTI a GVH megkeresésére kifejtette álláspontját a Kft egyes termékeiről. A Vj-8/2005/12. számon nyilvántartott iratban az alábbiak állnak. A Metabol „reklámanya szövege azt az illúziót kelti, hogy a termék rendszeres szedésével lefogyunk, megszűnnek a bőr és hajproblémák, az ízületi fájdalmak, szívizom károsodása, vérnyomásproblémák, menstruációs panaszok és a depresszió. Ezek a hatások nem elvárhatók az étrend-kiegészítő készítményektől. A felsorolt problémák betegségek, amelyek megoldása az orvos feladata gyógyszer ill. gyógykészítmények segítségével.”

Az Oxytarm kapcsán az OÉTI kifejtette, hogy a „reklámananyagban feltüntetett hatások (segít a székrekedés, hasmenés, aranyér, bélgyulladások esetén, Candida elleni küzdelem nélkülözhetetlen eszköze stb) megtévesztők, azt sugallják, hogy az említett betegségek megszűnnek a termék fogyasztásával.”

A Vivax kapcsán az OÉTI tudatta, hogy „a Vivax elnevezésű készítményt intézetünkhöz nem küldték be, a termék dokumentációjának birtokában állna módunk eldönteni, hogy a készítmény bejelentés köteles kategóriába tartozik-e, vagy sem. A reklámananyagban feltüntetett hatások (növeli a szexuális vágyat és fantáziát, fokozza a potenciát és a libidót, csökkenti a depressziós tüneteket) élelmiszer készítményeken nem szerepelhetnek.

AZ OÉTI megjegyezte, ha a szóban forgó tájékoztatások megsértik a 37/2004. (IV. 26) ESZCSM rendelet reklámozásra vonatkozó rendelkezéseit, tovább, ha a termékek igazoltan (szakirodalom, klinikai vizsgálatok) bírnak ezekkel a hatásokkal, akkor a termékek gyógyszer vagy gyógyhatású termékek lennének, amelynek megítélése az Országos Gyógyszerészeti Intézet hatásköre.

E három termékről, valamint az Életkristály és a Hairgain készítményekről megismert hirdetési szövegek alapján az OÉTI összegzésképpen megállapította, hogy azok „nem igazolt állításokat tartalmaznak, amelyek megtévesztők és alkalmasak lehetnek a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására.

IV. A vizsgálati jelentés

13. A vizsgáló megállapította, hogy az eljárás alá vont a vizsgálat tárgyát képező, normál élelmiszer termékeinek betegséget kezelő, megelőző, gyógyító hatást tulajdonított anélkül, hogy azok a jogszabályokban meghatározott szervek által elismerten rendelkeztek volna.
14. Megállapította, mivel az eljárás alá vont élelmiszernak minősülő termékeinek gyógyhatást tulajdonított, ezáltal ezen termékeket egy másik termékpiacon forgalmazta, az élelmiszerek piaca nem érintett.
15. Megállapította, hogy a jogszabályokkal ellentétben a megfelelő eljárás lefolytatása nélkül állította termékeiről, hogy azok alapanyagai 100 százalékban biogazdálkodásból származnak.
16. A GVH vizsgálója szerint az eljárás alá vont promóciós gyakorlata sérti a Tpvt. 8. § (2) bekezdés a) pontját, mivel a vizsgált termékek lényeges tulajdonsága, azaz egészségre gyakorolt hatása tekintetében megtévesztésre alkalmas tájékoztatás tesz közzé; sérti a Tpvt. 8.§ (2) bekezdés b) pontját, mivel elhallgatja, hogy az áru nem felel meg a jogszabályi előírásoknak; ezért jogsértés megállapítását indítványozta, továbbá azt, hogy a kifogásolt magatartás további folytatásától az eljárás alá vontat tiltsa el a Versenytanács és 21 millió forint bírság kiszabására, valamint az eljárás alá vont honlapján és sajtótermékekben helyreigazító nyilatkozat közzétételére is javaslatot tett.
17. A Tpvt.-ben meghatározott fenti szankciókon túlmenően a vizsgálat szignalizációt indítványoz az étrend-kiegészítők ellenőrzését végző (az élelmiszerekről szóló 2003. LXXXII. évi törvény 11.§ (1) bekezdés szerinti) hatóságok felé. A vizsgált magatartás ugyanis a vizsgáló álláspontja szerint sérti mind a termékspecifikus 37/2004. (IV.26.) ESzCsM rendelet, mind az élelmiszerek jelöléséről szóló 19/2004. (II.26.) FVM-ESzCsM-GKM együttes rendelet jelölésre vonatkozó rendelkezéseit, különös figyelemmel arra, hogy a 19/2004. (II.26.) FVM-ESzCsM-GKM együttes rendelet 17. § (1) bekezdése szerint a rendelet előírásait ki nem elégítő élelmiszerek nem hozhatók forgalomba.

V. Az eljárás alá vont álláspontja

18. Az eljárás alá vont szerint a Metabolon kívül a többi termék esetén nincs szükség engedélyre az EU csatlakozás óta és a Metabolt, vagy más termékeit soha nem sorolta a gyógyhatású termékek közé. A gyógyhatású termékként való beállítás egyébként semmilyen gazdasági előnnyel nem jár, hiszen a vásárlóknak nem ez az alapvető szempontja. A vásárlók - véleménye szerint - nem bíznak jobban a gyógyhatású termékekben vagy akár a gyógyszerekben, hiszen ezek forgalma évek óta csökkent vagy stagnál, szemben az étrend-kiegészítők növekvő forgalmával. A vásárlók döntését kevésbé

- befolyásolja, hogy a termék gyógyhatású terméknek jelenik-e meg vagy sem. A Metabol, az Oxytarm és a Vivax kivétel a többi termék kifutó, csak a készlet erejéig rendelhető.
19. Megjegyezte, hogy az Életkristály nevű terméknek csak viszonteladója, nem pedig forgalmazója.
 20. A Metabol a svájci Lonza cég Carnipure fantázia nevű L-Carnitinjét tartalmazza. Mind a Metabol, mind az Oxytarm esetén a gyártó közölte a minőségre vonatkozó állítást. A Vivax esetén a külföldi forgalmazó közlését használta fel az eljárás alá vont. (Lásd a Vj-8/2005/7-8. számú iratot.)
 21. Előadta, hogy a Vivax, Metabol és Oxytarm termékek forgalma adta az árbevételének 99,9 százalékát 2004-ben. Többi saját terméke kifutó áru, már saját készlete nincs ezekből a termékekből. A Metabol adta 2004. évi forgalmának 80 százalékát.
 22. Mivel a jogsértést nem vitatta, a jogsértés megállapítása mellett méltányos bírság kiszabását kérte, továbbá kérte, hogy a nyilatkozattételi kötelezettségtől a versenytanács tekintszen el, vagy legyen tekintettel arra, hogy a termék ne szoruljon ki a piacról és lehetőség szerint a határozat legyen iránymutató ebben a tekintetben. (Lásd a Vj8/2005/28. számú tárgyalási jegyzőkönyvet.)

VI. Jogi háttér

23. A Tptv. 8. § (1) bekezdésének első mondata szerint tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. Ugyanezen paragrafus (2) bekezdésének a) pontja értelmében a fogyasztók megtévesztésének minősül, ha az áru ára, lényeges tulajdonsága - így különösen összetétele, használata, az egészségre és a környezetre gyakorolt hatása, valamint kezelése, továbbá az áru eredete, származási helye, beszerzési forrása vagy módja - tekintetében valótlan tény vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állítanak, az árut megtévesztésre alkalmas árujelzővel látják el, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak. A b) pont értelmében a fogyasztók megtévesztésének minősül az is, ha elhallgatják azt, hogy az áru nem felel meg a jogszabályi előírásoknak vagy az áruval szemben támasztott szokásos követelményeknek, továbbá, hogy annak felhasználása a szokásostól lényegesen eltérő feltételek megvalósítását igényli.
24. A Tptv. 9. §-a szerint a használt kifejezéseknek a mindennapi életben, illetőleg a szakmában elfogadott általános jelentése az irányadó annak megállapításánál, hogy a tájékoztatás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas-e.
25. Az élelmiszerekről szóló 2003. évi LXXXII. törvény (a továbbiakban: Ét) 2. § 1. pontja szerint élelmiszer minden anyag vagy termék, amit az európai élelmiszerjog általános elveiről és követelményeiről, az Európai Élelmiszerbiztonsági Hatóság létrehozásáról és az élelmiszerbiztonságra vonatkozó eljárások megállapításáról szóló, az Európai Parlament és a Tanács 178/2002/EK rendeletének (a továbbiakban: 178/2002/EK rendelet) 2. cikke szerint az. A 178/2002/EK rendelet szerint élelmiszer minden olyan feldolgozott, részben feldolgozott vagy feldolgozatlan anyagot vagy termék, amelyet emberi fogyasztásra szánnak, illetve amelyet várhatóan emberek fogyasztanak el. E jogszabályhelyek szerint nem minősülnek élelmiszernek - egyebek mellett - a gyógyszerek.
26. Az Ét. 2. § 17. pontja szerint különleges táplálkozási igényeket kielégítő élelmiszernek (beleértve az étrend-kiegészítőket és funkcionális készítményeket) minősül az olyan élelmiszer, amely speciális összetétele, illetőleg különleges gyártási eljárása miatt különbözik az általános fogyasztásra használt élelmiszerektől, ezáltal olyan személyek

- igényeit elégítik ki, akik emésztésük, anyagcseréjük, fiziológiai állapotuk és életkoruk miatt az általánostól eltérő élelmiszert igényelnek.
27. Az élelmiszerek jelöléséről szóló 19/2004 (II. 26.) FVM-ESzCsM-GKM rendelet 3. § (1) bekezdésének b) pontja szerint a jelölés és az alkalmazott jelölési módszer nem tulajdoníthat az élelmiszernek olyan hatást vagy tulajdonságot, amelyekkel az valójában nem rendelkezik. A d) pont szerint A tájékoztatás (jelölés, jelölésrendszer) nem tulajdoníthat az élelmiszernek betegség megelőzésére, gyógyításra vagy kezelésre vonatkozó tulajdonságokat, illetve nem keltheti ezen tulajdonságok meglétének benyomását. Ugyanezen törvényhely (2) bekezdése szerint ez a tilalom vonatkozik az élelmiszerek megjelenítésére, csomagolására valamint az élelmiszerek reklámozására.
 28. A különleges táplálkozási célú élelmiszerek forgalmazásához 2004. május 1-e óta nem kell az OÉTI engedélye, a gyártónak, forgalmazónak pusztán a szándékát kell bejelentenie. A bejelentési kötelezettség mellett termékmintát is küldeni kell. A különleges táplálkozási célú élelmiszerekről szóló 36/2004 (IV. 26.) ESzCsM rendelet 5. §-a szerint tilos e termékeknek betegséget megelőző, vagy gyógyító hatást tulajdonítani, illetve ilyen tulajdonságra utalni.
 29. Az étrend-kiegészítőkről szóló 37/2004 (IV. 26.) ESzCsM rendelet 2. §-a szerint étrend-kiegészítő az olyan élelmiszer, amely a hagyományos étrend kiegészítésére szolgál, és amely koncentrált formában tartalmaz tápanyagokat vagy egyéb táplálkozási, illetve élettani hatással rendelkező anyagokat. A rendelet 6. §-ának (2) pontja szerint tilos az étrend-kiegészítő jelölése, megjelenítése és reklámozása során a terméknek betegséget megelőző vagy gyógyító hatást tulajdonítani, illetve ilyen tulajdonságra utalni. Ugyanezen rendelet 7. §-a szerint pedig „az étrend-kiegészítő jelölése, megjelenítése, reklámozása nem állíthatja vagy sugallhatja, hogy a változatos, kiegyensúlyozott étrend nem alkalmas a szükséges tápanyagok bevitelére.”
 30. Az emberi felhasználásra kerülő gyógyszerekről szóló 1998. évi XXV. törvény 4. §-ának a) pontja értelmében gyógyszernek minősül az olyan anyag vagy azok keveréke, illetve olyan készítmény, amelyet betegség megelőzése, felismerése, kezelése vagy élettani funkció fenntartása helyreállítása, javítása vagy módosítása céljából emberi szervezetben vagy emberi szervezeten alkalmaznak. A 6. § (1) bekezdése értelmében, ha a törvény másként nem rendelkezik, gyógyszer – a magisztrális és a galenusi gyógyszer kivételével – csak akkor kerülhet forgalomba és akkor alkalmazható, ha a külön jogszabályban meghatározott hatóság a gyógyszer-törzskönyvbe bejegyezte, forgalomba hozatalát engedélyezte.
 31. A gyógyszernek nem minősülő gyógyhatású anyagok és készítmények nyilvántartásáról és forgalomba hozataláról szóló 10/1987. (VIII. 19.) EüM rendelet 2. §-a szerint gyógyszernek nem minősülő gyógyhatású készítmény az a természetes eredetű anyagot tartalmazó készítmény, amely kedvező biológiai hatással rendelkezik, orvosi előírás nélkül is alkalmazható, és amely előírászerű használat esetén egészségi ártalmat nem okoz. Az 1.§ (2) bekezdése kimondja, hogy gyógyító hatásra utalással terméket - a jogszabályban meghatározottak kivételével - csak a rendelet előírásai szerint lehet előállítani és forgalomba hozni. A rendelet 6. §-a értelmében a rendelet hatálya alá tartozó új készítmény akkor hozható forgalomba, ha azt az OGYI nyilvántartásba vette és a forgalomba hozatalát engedélyezte. A 15. § (3) bekezdése értelmében a készítmény reklámozása az OGYI által jóváhagyott használati utasítás szövegével összhangban a forgalomba hozatali engedély birtokában lehetséges.
 32. A Tpv. 77. §-ának (1) bekezdés d) pontja értelmében a versenytanács megállapíthatja a vizsgált magatartás törvénybe ütközését. Az f) pont szerint megtilthatja a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását. A h) pont értelmében

megettévesztésre alkalmas tájékoztatás esetén elrendelheti helyreigazító nyilatkozat közzétételét.

33. A Tpv. 78.§-ának (1) bekezdése alapján a versenytanács bírságot is szabhat ki azon vállalkozásokkal szemben, amelyek a Tpv. rendelkezéseit megsértik. A bírság összege legfeljebb a vállalkozás előző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet. A (2) bekezdés szerint a bírság összegét az eset összes körülményeire - így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő felek piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a törvénybe ütköző magatartás ismételt tanúsítására - tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a fogyasztói érdekek sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

VII. A versenytanács döntése

34. A gazdasági versenyben sikerre törekvő vállalkozások egyik feladata a fogyasztói döntések befolyásolása. A befolyásolást lehetővé tevő egyik leghatékonyabb eszköz a fogyasztók tájékoztatása (a reklám), mely segítségével a fogyasztók az általuk korábban még nem vagy nem kellően ismert vállalkozásokról és termékekről, azok jellemzőiről szerezhetnek tudomást, a fogyasztói preferenciarendszer módosítására, illetve a helyettesítő termék között váltásra ösztönözhetőek. A fogyasztók reklám hatására történő meggyerése ugyanakkor azt is jelenti, hogy ez általában az ugyanazon a piacon tevékenykedő más vállalkozások terhére történik. Mindez nem idegen a gazdasági versenytől. Ha azonban a reklám, vagy általában a tájékoztatás nem felel meg a jogszabályi előírásokban tükröződő elvárásoknak, ez a fogyasztókat számukra hátrányos döntés meghozatalára készítheti és a versenytársakat hátrányos helyzetbe hozhatja. A tisztességtelen, a fogyasztót megettévesztő reklám- vagy tájékoztatási tevékenység a piaci működés zavaraihoz vezet és valós érdemeihez képest aránytalan előnyhöz juttathatja az azt folytató vállalkozást.
35. A fogyasztók felé irányuló (reklám formájában vagy más módon megnyilvánuló) tájékoztatással szemben követelmény, hogy annak alapján a fogyasztó reális képet alkothasson az adott termékről (áruról, szolgáltatásról), a fogyasztói döntés meghozatala (a szerződés-kötés) előtti tájékoztatás ne legyen pontatlan.
36. A Tpv. a fogyasztók megettévesztésére alkalmas magatartások tilalmazásával a gazdasági versenyt oly módon óvja, hogy nem engedi a fogyasztói döntési mechanizmus tisztességtelen befolyásolását. A tisztességtelen befolyásolás kihat vagy kihathat a fogyasztók versenytársak közötti, illetve az azonos vagy egymást ésszerűen helyettesítő termékek közötti választásának a folyamatára, s ezáltal a verseny alakulására.
37. A versenytanács az eljárás alá vont jelen eljárás keretében vizsgált magatartásának (tájékoztatásának) versenyjogi megítélése során a termékeket két csoportba sorolta. Mivel a Kft. forgalmának 99,9 százalékát a Vivax, Metabol és Oxitarm termékek forgalmazása teszi ki, továbbá tekintettel arra, hogy a Shrinkers, Hairgain, FatLoss, NumberOne termékek a piacról kifutó termékek és ez utóbbi termékekre vonatkozó információk hiányosak, a versenytanács az eljárást megszüntetését tartja indokoltnak a Tpv. 72. § (1) bekezdés a) pontjának első fordulata alapján.
38. A Vivax, Metabol, és Oxitarm, valamint Életkristály termékek esetében a versenytanács következő általános szempontok szerint járt el:
- a) Valamely tájékoztatással (reklámmal) összefüggésben folyamatban lévő versenyfelügyeleti eljárás keretében a versenytanácsnak - a Tpv. 9. §-ának alkalmazásával - mindenekelőtt fel kell tárnia a tájékoztatás üzenetét, figyelemmel arra

is, hogy a tájékoztatás üzenetének megállapítása során azt az első benyomást kell szem előtt tartani, amit a tájékoztatás vélhetően az észlelőire gyakorolt. A Versenytanács általános gyakorlata szerint a tájékoztatás (reklám) összehatása adja a tájékoztatás tartalmát, üzenetét. (Ez a felfogás összhangban van a Legfelsőbb Bíróság a Kf. II. 39.312/2001/4. számú - Vj-3/2000. számú ügygel kapcsolatos - ítéletében kimondottakkal.) A tájékoztatás (de különösen a reklám) fogyasztók által fogott üzenete általában nem bonyolult, nem részletekbe menő.

Jelen eljárásban a versenytanács megítélése szerint a 6. pontban részletesen is bemutatott tájékoztatás alapvető tartalma az volt, hogy

- az eljárás alá vont vállalkozás egyes termékei, nevezetesen a Vivax, Metabol, Oxytarm, Életkristály és Schrinkers készítmények gyógyhatású termékek,
- a változatos, kiegyensúlyozott étrend nem alkalmas a szükséges tápanyagok bevitelére, ami miatt az eljárás alá vont Kft. Metabol és Oxytarm termékeit érdemes a fogyasztóknak választaniuk.

b) A tájékoztatás (reklám) üzenetének megállapítását követően el kell bírálni, hogy a reklám alkalmas-e a fogyasztói döntés befolyásolására. Az alkalmasság elbírálásakor figyelembe veendő a Tpvt. 9. §-a, továbbá az, hogy a Tpvt. hatálya alá tartozó vállalkozónak a magatartása a fogyasztók megtévesztésére alkalmas-e, amit elsődlegesen a Tpvt. rendelkezései szerint kell elbírálni. (Lásd erre vonatkozóan a Fővárosi Ítéltáblának a Vj-34/2002. számú ügyben hozott 2. Kf. 27.128/2003/6. számú ítéletét.) E körben figyelembe veendő az is, hogy egy terméknek (árúnak, szolgáltatásnak) vannak olyan tulajdonságai, amelyek a fogyasztó számára jelentőséggel bírnak, lényegesnek minősülnek a különböző vállalkozások, termékek közötti választásban, az adott termék megvásárlásában, illetőleg az adott vállalkozással történő szerződéskötésben kicsúcsosodó döntési folyamatban. A termék más tulajdonságai ugyanakkor ilyen jelentőséggel nem bírnak, így az ezen tulajdonságokkal kapcsolatos pontatlan, hiányos tájékoztatás nem befolyásolja versenyjogilag releváns módon a fogyasztói döntéseket.

A versenytanács megítélése szerint az eljárás alá vont fenti tartalmú magatartása alkalmas volt a fogyasztói döntések befolyásolására, mert egy termék forgalmazási engedélyeinek, illetve a termék gyógyhatásának, illetve emberi szervezetre gyakorolt hatásának megléte vagy nem léte lényeges tulajdonságai az adott terméknek.

Az egészségre és az emberi szervezetre ható termékek esetén a potenciális fogyasztók sérülékeny fogyasztói csoportot alkotnak. A vásárlási döntés értékelési szakaszában a várt gyógyító, megelőző, fogyasztó hatás minden egyéb tényezőt megelőz, az információ keresési és feldolgozási folyamatot pedig egyrészt az jellemzi, hogy az ilyen termékek lényeges tulajdonságainak elkülönítése, az ezekre vonatkozó információk mérlegelése a speciális szakértelemmel nem rendelkező fogyasztók számára nehézséget jelenthet. Másrészt az emelhető ki jellemzőként, hogy a döntést megelőző kockázatmérlegelést alapvetően megnehezíti, hogy egy döntés szempontjából lényeges tulajdonság, az esetleges mellékhatás nem ismerhető meg a vásárlás, a használat előtt. A fogyasztók fokozottabb kiszolgáltatottsága miatt ezen a területen különös jelentősége van a tényszerű, túlzásokat nélkülöző tájékoztatásnak.

A gyógyhatású, az emberi szervezetre ható készítményeket kereső vásárlók a fogyasztók speciális csoportját jelentik, akik a gyógyulás vagy gyógyító hatás, illetve a fogyás, illetve várt hatás reményében lényegesen érzékenyebben reagálnak az ezt ígérő tájékoztatásra és anyagi erejüket meghaladó kiadásokra is hajlandóak. E piac fogyasztóit egészségügyi problémáik, testi és egyéb adottságokból adódó fogyatékságaik fokozottan kiszolgáltatottakká teszik. A gyógyszerek, gyógyhatású termékek és általában az egészség, testsúly megőrzésével, helyreállításával kapcsolatos termékek bizalmi termékeknek tekinthetők. A fogyasztók előre nem ismerhetik a termék hatásait. A

bizonytalanság jelentős lehet. Ezt a bizonytalanságot hivatott mérsékelni a hatósági ellenőrzés és engedélyeztetés. A fogyasztó bizalma nagyobb olyan termékek esetében, amelyek forgalmazása hatóságilag engedélyezett. Közérdek fűződik ahhoz, hogy a laikus fogyasztók nagy biztonsággal valós tájékoztatásban részesüljenek. Ez abban az esetben valósulhat meg, ha az ilyen árukról vagy szolgáltatásokról közzétett tájékoztató anyagok, vagy tájékoztatás a szakhatósági engedélyben, illetve vizsgálatban foglaltaknak megfelelő valós, ténylegesen bizonyított állításokat tartalmaznak. Az egészségügyi tájékoztatás területén jelentkező anomáliák olyan súlyos problémákat vetnek fel, hogy a közérdek fokozott védelme indokolja a még kis mértékben is zavart keltő reklámok elleni fellépést.

Gyógyhatást nem tulajdoníthatnak a vállalkozások élelmiszereknek. Gyógyhatásra utaló tájékoztatást csak az arra hivatott hatóság igazolásának (engedélyének) megszerzése után lehet adni. A jelen eljárásban ezért nincs jogi relevanciája annak, hogy az adott terméknek van-e gyógyhatása vagy pedig nincs. Mindazok a vállalkozások, amelyek az emberi egészséget gyógyító, de egyben veszélyeztető termékeket kívánják forgalomba hozni, az erre hivatott hatóságnál (az Országos Gyógyszerészeti Intézetnél) kötelesek terméküket megvizsgáltatni. Az eljárás egyik fontos célja az, hogy az emberi egészségre ártalmas termékek ne kerüljenek forgalomba, és a forgalomba hozás és fogyasztás feltételei egyértelműen legyenek meghatározva. E szűrés elengedhetetlen velejárója, hogy az esetleg hatásos és jó termékek később, nehezebben kerülhetnek a piacra, illetve aki a szűrőn nem kíván átesni, nem is viheti piacra - még esetleg akár nagyon is jó - termékét, vagy legalábbis nem adhat termékéről olyan tájékoztatást, ami gyógyhatásra utal. Tehát mindazok a vállalkozások, amelyek ezt az utat megkerülik, nem állíthatják termékeikről azt, hogy annak gyógyhatása van. Ha szabadon lehetne piacra lépni engedélyeztetés nélkül, akkor még esély sem lenne arra, hogy az egészségre ártalmas, veszélyes szerek forgalmazását meg lehessen akadályozni. Ha mégis ezt teszik egyes vállalkozások, azaz nem engedélyeztetik termékeiket, akkor tisztességtelen előnyre tesznek szert olyan vállalkozásokkal szemben, amelyek a szabályt betartva, a kapcsolódó költségeket (terheket) is vállalva járnak el. A fentiekkel összhangban az étrend-, vagy táplálék-kiegészítők piacán a szabályok betartása fokozott közérdek.

A Magyarországon forgalomba kerülő, emberi fogyasztásra szánt termékek esetében kizárólag a jogszabályi felhatalmazással rendelkező intézmény jogosult annak elbírálására, hogy egy adott termék milyen típusú, milyen hatásmechanizmusú áru kategóriába - gyógyszer, gyógyszernek nem minősülő gyógyhatású termék, vagy különleges táplálkozási igényeket kielégítő élelmiszer, stb. - sorolható be. Gyógyhatást akkor lehet egy készítménynek tulajdonítani, ha azt gyógyszerként, vagy gyógyszernek nem minősülő gyógyhatású terméként engedélyezték, s ehhez a hatásokat vizsgálatokkal igazolták, melyek eredményeit a szakhatóság (nevezetesen az OGYI) elfogadta.

Az engedélyezési szabályrendszer által kialakított besorolási rendszer egyben kijelöli az egyes kategóriákba tartozó készítmények, termékek előállítási, forgalmazási, reklámozási feltételeit, illetve népszerűsítésük korlátjait.

Az eljárás alá vont vállalkozás termékei élelmiszernek, étrend-kiegészítő, illetve kozmetikai termékeknek minősülnek, amit az eljárás alá vont maga is elismert. Nem vitatta, hogy készítményeit az OGYI nem vizsgálta. Mivel az OGYI engedélyének hiányában az eljárás alá vont által forgalmazott Vivax, Metabol, Oxytarm és Életkristály termékek nem minősíthetők sem gyógyszernek, sem gyógyhatású készítménynek, ezért a jelen eljárásban vizsgált tájékoztatás esetében a fogyasztóknak szóló üzenet alkalmas volt a fogyasztók megtévesztésére a tájékoztatásokban többször szereplő, a forgalmazott termékek gyógyító, illetve fogyasztó hatásra történő visszatérő utalások miatt. Ezen a tájékoztatáson nem változtatott az átlagfogyasztót informáló, alkalmankénti figyelemfelhívó tájékoztatás sem.

A Kft. Metabol és Oxytarm termékekről szóló tájékoztatása azt sugallták, hogy a változatos, kiegyensúlyozott étrend nem alkalmas a szükséges tápanyagok bevitelére, mely üzenet alkalmas a fogyasztók megtévesztésére.

c) A Gazdasági Versenyhivatal fogyasztók tájékoztatás (reklám) általi tisztességtelen befolyásolása miatti fellépése csak akkor indokolt, ha a tájékoztatás (reklám) - a gazdasági versenyre kihatóan - képes befolyásolni a fogyasztókat. A fogyasztók megtévesztésére vonatkozó jogszabályi előírás alapján egy magatartásnak akkor van ténylegesen versenyjogi relevanciája, ha a megtévesztés a verseny szempontjából befolyásolhatja a fogyasztói döntések szabadságát a versenyviszonyok torzításával.

Mivel a kifogásolt tájékoztatás a termékek lényeges tulajdonságával volt kapcsolatos, az adott piacon a fogyasztók érzékenysége miatt a tájékoztatás tartalma a versenyre kihatóan képes a fogyasztókat befolyásolni.

39. A fentiek alapján az eljárás alá vont nevezett négy terméke (Vivax, metabol, Oxitarm és Életkristály) forgalmazása, valamint az azokkal kapcsolatos tájékoztatás során a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást tanúsított, mivel élelmiszernek minősülő termékeinek forgalmazása és a forgalmazáshoz kapcsolódó tájékoztatás során termékeinek gyógyhatást tulajdonított, illetve azt sugallta, hogy a változatos, kiegyensúlyozott étrend nem alkalmas a szükséges tápanyagok bevitelére, mely magatartás a Tpvt. 8. § (1) bekezdésébe és a Tpvt. 8. § (2) bekezdésének a) pontjába ütközik és ezért jogsértő.
40. Mivel az eljárás alá vont Vivax, Metabol és Oxitarm termékei még piacon vannak - hasonlóan a más által forgalomba hozott Életkristály termékhez -, ezért ezen termékek esetében a jogsértő magatartás folytatásának megtiltását is szükségesnek tartja a versenytanács a versenytanács a jogsértés Tpvt. 77. § (1) bekezdés d) pontja alapján történő megállapítása mellett, illetve különösen a Kft forgalmának több, mint 80 százalékát kitevő két terméke - nevezetesen a Metabol és az Oxitarm - esetében, helyreigazító közlemény kiadása is indokolt, melynek tartalmát – a Kft. hirdetéseinek kifogásolt tartalma alapján - e határozat fenti rendelkező része határozza meg. A versenytanács a Kft. intenzív hirdetési gyakorlat miatt, valamint a tájékoztatásokkal elért széles fogyasztói körre való tekintettel tartotta szükségesnek a többszöri közzétételt, illetve annak eredményessége céljából írta elő az azonos formátumot és megjelentést.
41. A versenytanács a bírság kiszabását is indokoltnak tartja az eljárás alá vonttal szemben. A bírság kiszabásánál súlyosbító körülményként vette a versenytanács figyelembe azt, hogy már több éves joggyakorlathoz kellett volna a Kft.-nek alkalmazkodnia. Továbbá, az eljárás alá vonttal szemben a Versenytanács korábban már megállapított jogsértést, sőt végrehajtási bírságot is ki kellett szabni. Az eljárás alá vont a versenyfelügyeleti eljárás alatt is folytatta jogsértő magatartását. Jogsértő tájékoztató magatartása súlyosan felrható és széles, valamint különösen érzékeny fogyasztói csoportra gyakorolhatott hatást. Az eljárás alá vont forgalma a vizsgált időszakban jelentősen megnőtt.
42. Mint azt fentebb már jelezte a versenytanács, egyéb tekintetben a versenyfelügyeleti eljárást megszünteti. Ugyanakkor megjegyzi, hogy amennyiben a Kft. a többi termékkel ismét megjelenik a piacon, az azokkal kapcsolatos tájékoztatás újabb versenyfelügyeleti eljárás tárgyát képezheti.
43. A versenytanács a fentiek alapján a rendelkező rész szerint határozott.

+

VIII. Egyéb kérdések

44. A versenytanács határozata elleni jogorvoslati jogot a Tpvt. 83. §-a biztosítja.

Budapest, 2005. július 6.