



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj-80/2007/105.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa

- **Vitapress Gyümölcsléelőállító és Élelmiszerkereskedelmi Kft.** (Dunaharaszti),
- a **KaFa-tex Tanácsadó Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.** (Debrecen),
- az **MG Europa Kft.** (Budapest),
- a **Development Service Consulting Kft.** (Budapest) és
- a **Norbi Update Worldwide Zrt.-t** (Budapest)

ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt indított eljárásban nyilvános tárgyaláson meghozta az alábbi

határozatot

A Versenytanács megállapítja, nem ütközött a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvénybe, amikor

- a Vitapress Gyümölcsléelőállító és Élelmiszerkereskedelmi Kft. által forgalmazott „Norbi Update ételízestítő” csomagolásán a fogyasztók arról kaptak tájékoztatást, hogy a termék csökkentett nátrium-klorid tartalmú, s jódzott östengeri sóval készült,
- a Vitapress Gyümölcsléelőállító és Élelmiszerkereskedelmi Kft. által forgalmazott „Norbi Update Marhahúsleves kocka” és „Norbi Update húsleveskocka” csomagolásán a fogyasztók arról kaptak tájékoztatást, hogy a termékek csökkentett nátrium tartalommal bírnak, s finomított jódzott östengeri sóval készültek,
- a KaFa-tex Tanácsadó Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. által forgalmazott „Norbi lisztkeverék nokedlikhez és tésztákhoz”, „Norbi lisztkeverék édes és sós süteményekhez” és „Norbi lisztkeverék palacsintához” termékek csomagolásán az került feltüntetésre, hogy a termékek 65%-kal kevesebb szénhidrátot tartalmaznak, illetve 65%-kal kevesebb felszívódó szénhidrátot tartalmaznak, mint a hagyományos gabonalisztek,
- a KaFa-tex Tanácsadó Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. által forgalmazott „Norbi Update kenyérliszt” termék csomagolásán az a közlés került elhelyezésre, hogy „-90 % felszívódó szénhidrát!”, illetve „csoda”,
- az MG Europa Kft. által forgalmazott „Just Like Sugar” termék csomagolásán feltüntetésre került a „cukormentes cukor” és a „0 szénhidrát, 0 kalória!” közlés.

A Versenytanács megállapítja, a Development Service Consulting Kft. a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást tanúsított a 2006. november 1-jétől 2007. 26-ig internetes honlapján, illetőleg a Flyerz magazin 2006. december 14-20-i, 2007. január 4-

10-i és 2007. január 11-17-i számában az „Update” életmódrendszer részét képező ételízesítőkkel, leveskockákkal összefüggésben közzétett tájékoztatásokkal.

A Versenytanács megállapítja továbbá, a Norbi Update Worldwide Zrt. a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított, amikor az általa 2007-ben kiadott, „Norbi Update – Minden, amit a fogyásról tudok” című könyvben tett közlések arról tájékoztatták a fogyasztókat, hogy az „Update” életmódrendszer „tudományosan alátámasztott”. A Versenytanács a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását a Norbi Update Worldwide Zrt. vonatkozásában a jelen határozat kézhezvételétől számított 60 elteltével megtiltja.

A Versenytanács kötelezi a Development Service Consulting Kft.-t 2.000.000 Ft (Kettőmillió forint), a Norbi Update Worldwide Zrt.-t 1.000.000 Ft (Egymillió forint) bírság megfizetésére, amelyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557 számú bírságbevételi számla javára kötelesek megfizetni.

A Versenytanács kötelezi továbbá a Development Service Consulting Kft.-t és a Norbi Update Worldwide Zrt.-t egyetemlegesen 34.560 Ft (Harmincnégyezer-ötszázhatvan forint) szakértői eljárással összefüggésben felmerült költség megfizetésére, amelyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037571-00000000 eljárási díjbevételi számlájára kötelesek megfizetni.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Bíróságnak címzett, de a Versenytanácsnál benyújtható vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel lehet kérni.

I n d o k o l á s

1. A Gazdasági Versenyhivatal azt követően indított versenyfelügyeleti eljárást a Vitapress Gyümölcsleélőállító és Élelmiszerkereskedelmi Kft. (a továbbiakban: Vitapress Kft.), a KaFa-tex Tanácsadó Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. (a továbbiakban: KaFa-tex Kft.), az MG Europa Kft. és a Development Service Consulting Kft. (a továbbiakban: Norbi.hu Kft.) ellen, hogy észlelte,

- a Vitapress Kft. által forgalmazott, valamint a Norbi.hu Kft. által népszerűsített
 - „Norbi Update ételízesítő” csomagolásán szerepeltetett „csökkentett nátrium-klorid tartalmú!”, valamint „Jódozott östengeri sóval” felirat,
 - a „Norbi Update Marhahúsleves kocka” és „Norbi Update Tyúkhúsleves kocka” csomagolásán szerepeltetett „Csökkentett nátrium tartalommal!”, valamint a „Finomított jódozott östengeri sóval” felirat,
- a KaFa-tex Kft. által forgalmazott, valamint a Norbi.hu Kft. által népszerűsített
 - „Norbi lisztkeverék nokedlikhez és tésztákhoz”, „Norbi lisztkeverék édes és sós süteményekhez”, „Norbi lisztkeverék palacsintákhoz” termékek csomagolásán feltüntetett „65%-kal kevesebb szénhidrát”, valamint „65%-kal kevesebb felszívódó szénhidrátot tartalmaz, mint a hagyományos gabonalisztek” felirat,
 - „Norbi Update kenyérliszt” terméken feltüntetett „Csoda”, valamint „90% felszívódó szénhidrát” felirat,
- az MG Europa Kft. által forgalmazott, valamint a Norbi.hu Kft. által népszerűsített

- „Just Like Sugar” termék csomagolásán feltüntetett „1 kód Norbi Update életmódrendszer 0-24 h”, valamint „1 Update 0-24 h nem hizlal” felirat,
- a Norbi.hu Kft. által a „Norbi Update” életmódrendszerrel összefüggésben
 - az életmódrendszer részét képező termékeken feltüntetett „1 kód Norbi életmódrendszer 0-24 h”, valamint „1 Update 0-24 h nem hizlal” jelölések,
 - számos médiumban (www.norbiupdate.hu weboldalon, a Flyerz magazinban, az MTV1 és az MTV2 műsoraiban, a „Norbi Update” című 2006. és 2007. évi kiadású könyvekben stb.) közzétett (teljes kommunikációs tevékenysége során) az életmódrendszer részét képező termékekkel kapcsolatos, egészségre gyakorolt hatásáról tett tájékoztatások

valószínűsíthetően megsértették a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) III. fejezetének rendelkezéseit, valamint a gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény (a továbbiakban: Grtv.) 7.§-ának (1) bekezdését, illetve 7/A.§-a (2) bekezdésének a) pontját.

A Gazdasági Versenyhivatal az eljárásba ügyfélként bevonta a Norbi Update Worldwide Zrt.-t, miután észlelte, hogy a vizsgált magatartásnak valószínűsíthetően a Norbi Update Worldwide Zrt. is részese, mivel kiadója többek között a „Norbi Update – Minden, amit a fogyásról tudok” című könyvnek, amely szintén az Update életmódrendszert népszerűsíti, melyben a kialakított kódrendszer vélhetően szakmailag nem megalapozott állításokat tartalmaz.

I.

Az eljárásban érintett vállalkozások

2. Az 1989-ban alapított Vitapress Kft. 1994-ben jelent meg a „Virgin” márkanevű termékekkel. A kezdetben ételízesítőkből álló „Virgin” termékcsaládot később fűszerkeverékekkel, instant levesporokkal, fűszer alapokkal és leveskockákkal bővítette ki. A Norbi Update termékek („Norbi Update ételízesítő”, „Norbi Update Marhahúsleves kocka”, „Norbi Update Tyúkhúsleves kocka”) gyártását és forgalmazását a 2006. évben kezdte meg.

2006. évi nettó árbevétele 877 millió Ft volt.

3. Az 1989-ben alapított KaFa-tex Kft. fő tevékenysége 2005-ig textil nagykereskedelem volt, majd tevékenységi köre élelmiszerkereskedelemmel bővült. Miután a „LoCarb Choice” lisztek magyarországi forgalmazója lett, fő tevékenysége az élelmiszerkereskedelem. 2005 augusztusától forgalmazza a „Norbi Lisztkeverék nokedlikhez és tésztákhoz” elnevezésű, valamint az „Norbi Lisztkeverék édes és sós süteményekhez és palacsintákhoz”, továbbá a „Norbi Update kenyérliszt” elnevezésű termékeket.

2006. évi nettó árbevétele mintegy 175,6 millió forint volt.

4. A 2005-ben alakult MG Europa Kft. fő tevékenysége megalakulásától kezdve az USA-ból származó „Just Like Sugar” elnevezésű édesítőszer teljes európai piacra való bevezetése és forgalmazásának megszervezése volt.

2006. évi nettó árbevétele 22,2 millió forint volt.

5. A Norbi.hu Kft. 2002-ben Norbi Fitness Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. elnevezéssel került bejegyzésre, amelynek jogutódja a Norbi Wellness és Média Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. 2005. február 17-ig, majd ettől az időponttól Norbi.hu Kereskedelmi és

Szolgáltató Kft.. A vállalkozás neve 2007. szeptember 25-től módosult Development Service Consulting Kft.-re.

A társaság a wellness életmód hirdetésével és terjesztésével foglalkozó Schobert Norbert szakmai tudását és az elért társadalmi reputációját hasznosítja. Fő tevékenysége szórakoztatás, kultúra, sport, film- és videógyártás.

2006. évi nettó árbevétele 367,3 millió Ft volt.

6. A 2006-ban alakult Norbi Update Worldwide Zrt. fő tevékenysége szórakoztatás, film- és videógyártás. Széles körben népszerűsíti a Norbi Update életmódrendszert a különböző rendezvényeken, magazinokban stb. Az általa kiadott „Minden amit a fogyásról tudok” című könyv 4 országban 3 nyelven lett kiadva, az eladott példányok száma 420.000.

2006. évben nettó árbevételt nem ért el. A 2007. év első félévben elért nettó árbevétele 124 millió forint volt.

A Norbi.hu Kft. (illetve jogelődje) több vállalkozással, közöttük a Vitapress Kft.-vel, a KaFa-tex Kft.-vel és az MG Europa Kft.-vel kötött együttműködési szerződést olyan termékek közös értékesítésére, illetve kommunikációjára, amelyek részét képezik az ún. „Norbi Update” életmódrendszernek. Jelenleg 100 felett van azon (különböző termékcsoporthoz tartozó) termékek száma, amelyek részesei a „Norbi Update” életmódrendszernek.

7. A Vitapress Kft.-vel 2006-ban megkötött együttműködési megállapodás egyebek között az alábbiakat tartalmazza:

- a szerződés alapján, a szerződés fennállása alatt a Vitapress Kft. jogosult a termékek csomagolásán feltüntetni az „Update” logót, a termékek „Update” kódját, valamint a „Norbi” megjelölést,
- a Vitapress Kft. kijelenti, hogy az általa gyártott termékeket a szerződés fennállása alatt a Norbi.hu Kft. közreműködésével reklámozza, azzal, hogy jogosult a termékeket önállóan is reklámozni,
- a szerződés aláírásától számított 6 hónapig a Norbi.hu Kft. saját média tapasztalatai és szakismerete alapján folytatja a hirdetéseket a meghatározott médiumokban (saját újság, saját kiadványok, saját készítésű TV műsor, saját honlap). Hat hónap elteltével a felek megvizsgálják a Norbi.hu Kft. által alkalmazott módszerek megfelelőségét, és amennyiben mindkettőjük megítélése szerint megfelelő, akkor továbbra sem korlátozzák a Norbi.hu Kft. média tevékenységét,
- a termékek design-ját - a Vitapress Kft.-vel előzetesen egyeztetett módon - a Norbi.hu Kft. vállalja elkészíteni. Szerződő felek a termékek „Update” kódját, az „Update” logó megjelenését, a logó feltüntethető méretét, továbbá a termékek csomagolásának designját a szerződés elválaszthatatlan részét képező mellékletben jelölik meg. A Vitapress Kft. csak olyan designt alkalmazhat, melyet a Norbi.hu Kft. részére átadott, illetve jóváhagyott,
- a termékek forgalomba hozatalával, minőségével, mennyiségével kapcsolatos felelősség, a vonatkozó jogszabályok, szakmai előírások, szakmai szokások betartásának kötelezettsége - ide nem értve a csomagolás designjának és az azon szereplő logók, feliratok jogszerűségét - a Vitapress Kft.-t terheli.

8. A KaFa-tex Kft.-vel 2004-ben megkötött együttműködési megállapodás egyebek között az alábbiakat tartalmazza:

- a szerződés alapján a szerződés fennállása alatt a KaFa-Tex Kft. jogosult a terméken feltüntetni az „Update” logót, valamint a termékek „Update” kódját. A terméken az „Update”-kód, az „Update” logó megjelenését, valamint a logó feltüntethető méretét a szerződés elválaszthatatlan részét képező mellékletében jelölik meg,
- a KaFa-Tex Kft. kizárólag a Norbi Wellness és Média Kft. által jóváhagyott megjelenésű csomagolásban forgalmazhatja a terméket azzal, hogy a Norbi Wellness és Média Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. már a szerződés aláírásával hozzájárul ahhoz, hogy a KaFa-Tex Kft. a termék csomagolásán feltüntesse a „LoCarb Choice” feliratot és logót,
- a Norbi Wellness és Média Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. a termék forgalmazásában a fentiekben túlmenően a termékekkel kapcsolatos marketing tevékenység szerződés szerinti ellátásával működik együtt a KaFa-Tex Kft.-vel,
- a marketingtevékenységet a Norbi Wellness és Média Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. a szerződés aláírásától számított harmadik hónap utolsó napjáig (a termék piaci megjelenítésének bevezető szakasza) önállóan, a negyedik hónap első napjától pedig a KaFa-Tex Kft.-vel közösen látja el.

9. Az MG Europa Kft.-vel 2005-ben megkötött együttműködési megállapodás egyebek között az alábbiakat tartalmazza:

- a szerződés fennállása alatt az MG Europa Kft. jogosult és köteles a terméken feltüntetni az „Update” logót, valamint a termékek „Update” kódját. A terméken az Update-kód, az Update logó megjelenését, valamint a logó feltüntethető méretét, a szerződés elválaszthatatlan részét képező mellékletben jelölik meg,
- a szerződő felek a termék forgalmazásában történő együttműködés keretében a termék eladási árát közösen határozzák meg.

Az együttműködés rövid ideig állt fenn, a 2006. év II. negyedévében minden kommunikáció megszűnt a két vállalkozás között.

II.

Az érintett termékpiac

10. A fogyasztók oldalán egyre fontosabb szerep jut az egészséges életmódnak és vele együtt az egészséges táplálkozásnak, mivel a túlsúly és az elhízás az egyik legjelentősebb egészségügyi probléma lett. A WHO szerint a túlsúly és az elhízás a második legjelentősebb megelőzhető rizikófaktor a dohányzás után. Magyarországon a lakosság mintegy negyede-ötöde túlsúlyos, a felnőtt lakosság jelentős része küld súlyproblémákkal.

Az elhízás elterjedtsége miatt az utóbbi években egyre több olyan termék, illetve program jelent meg, amely egészséges életmóddal (ideértve a táplálkozást és a mozgást is) küzd az elhízás ellen, s egyre több fogyasztót érnek el az olyan kereskedelmi gyakorlatok, amelyek egy-egy termék „egészségességét” emelik ki.

Az elhízás, illetve a túlsúly csökkentése, megszüntetése kapcsán jelentkező egyre nagyobb fogyasztói érdeklődésre számos vállalkozás kíván termékeivel, szolgáltatásaival válaszolni. Ezek egyike az ún. „Update életmódrendszer”.

11. Az „Update életmódrendszer” annak létrehozója, Schobert Norbert meghatározása szerint három fő pillérből áll:

- a helyes táplálkozás kialakításából,
- a rendszeres mozgásból és
- a lelki támogatásból.

2004-től egyre több olyan kritika jelent meg, amelyben az életmódrendszert és a kódokat bírálták. Ezek között az életmódrendszer működtetői által sem vitatottan szakmailag helytálló bírálatok is voltak, így pl. a Magyar Dietetikusok Országos Szövetsége részéről. 2006 végén az életmódrendszer tökéletesítése érdekében egy dietetikus átnézte az egyes kódokat és azokat több szempont alapján újracsoportosította. Az ún. „New Update” életmódrendszerrel 2007-ben újították meg az „Update” alapjait.

A helyes táplálkozás keretén belül az „Update életmódrendszer” három csoportra osztja fel az alapanyagokat, azzal, hogy kezdetben az élelmiszerek kalória- és szénhidrát-tartalmuk, glikémiás indexük és az anyagcsere bioritmusa alapján lettek becsoportosítva, majd az ún. „New Update” keretein belül 2007 januárjától ezeken a szempontokon kívül figyelembe veszik a zsírtartalmat, a zsírtartalom fajtáját, az élelmirost tartalmat és az étkezési szokásokat, így alakítva ki a hármas csoportosítást:

- az Update 1 kód alá tartozó, 6 órától 22 óráig korlátlanul fogyasztható élelmiszerek ismérve az alacsony kalóriaérték, az alacsony zsír- és szénhidrát-tartalom, az alacsony glikémiás index és a magas élelmirost-tartalom,
- az Update 3 kódba sorolandók a magas kalória, zsír és szénhidrát tartalmú, magas glikémiás indexű és alacsony rost tartalmú, 6 órától 12 óráig minimális mértékben fogyasztható ételek,
- az Update 2 kóddal az átmeneti értékekkel rendelkező, 6 órától 15 óráig mértékkel fogyasztható élelmiszereket illetik.

A GFK Hungária Kft. 2006 eleji felmérése szerint csaknem egymillió ember követte valamilyen szinten az Update életmódrendszert.

12. Az elhízás, illetve a túlsúly csökkentését, megszüntetését célzó termékek, szolgáltatások közötti választás mellett a jelen eljárásban vizsgált termékekre vonatkozó tájékoztatások egyes élelmiszer-szegmenseket is érintettek:

- ételízesítők:
a magyar háztartások mintegy kétharmada által használt ételízesítők olyan tartósított termékek, melyek önállóan nem ételek, hanem az ételek ízét, aromáját egészítik ki. Az ételízesítők nem azonos jellegűek, különböző összetételűek. Ilyen ételízesítők pl. a mustár, a ketchup, a különféle dresszings, a szárított zöldségekből készült ételízesítők. A zöldségekből készült ételízesítők piacán számos vállalkozás, termék van jelen (az Unilever nyolc „Delikat” termékkel, a Podravka a „Vegeta” ételízesítővel, a Nestlé a „Maggi ízvarázs” ételízesítővel stb.). Jelentős piaci erőt képviselnek együttesen a saját márkás termékek (pl. Tesco, Coop ételízesítők) is,
- leveskockák:
a leveskockák különféle levesek, húsok, köretek készítéséhez használt termékek, melyeket alapanyagainak (zöldségek, húsok, fűszerek) összegyűrésével, hőkezelésével és tömörítésével előállítanak elő. A hazai piacon leveskockákból két jelentős forgalmazó van jelen, a Nestlé a „Maggi” leveskockákkal és az Unilever a „Knorr” leveskockákkal. Rajtuk kívül más vállalkozások is jelen vannak a piacon. Egy 2005. évi felmérése szerint a magyar háztartások 59%-ában használnak leveskockákat,
- lisztkeverékek:

az utóbbi években a hagyományos gabonalisztek mellett megjelentek az olyan termékek, melyek egyes betegségek, így a táplálékallergia, cukorbetegség esetén is fogyaszthatók, valamint a nemcsak gabonaőrleményből álló különböző összetételű adalékanyagokkal ellátott sütőgépekhez ajánlott kenyérlisztek változatai is. Forgalmazásra kerültek a lisztérzékenység esetén fogyasztható gluténmentes lisztek, cukorbeteg részére gyártott alacsony szénhidrát-tartalmú diabetikus lisztek, valamint különböző sütemények készítéséhez alkalmas, adalékanyagokkal ellátott süteménylisztek. A hagyományos gabonaliszt gyártók és forgalmazók piaci szereplői között megtalálhatók azok a jelentős piaci súllyal rendelkező vállalkozások (malomipari társaságok, kutatóintézetek), amelyek termékpalalettájuk bővítése érdekében gyártják és forgalmazzák e speciális igényeket kielégítő termékeket, így pl. az Agrimill Rt., valamint Gabonatermesztési Kutatóintézet Kht.. Vannak olyan vállalkozások (pl. a for Contact Bt. és a Diabet Kft.), amelyek főleg diabetikus termékek előállítására specializálódtak. A KaFa-tex Kft. által forgalmazott sütő- és cukrászipari alapanyagok, liszthelyettesítők importból származó, alacsony szénhidrát-tartalmú magas rosttartalmú termékek. A hazai piacon hasonló összetételű lisztek jelenlétéről a Gazdasági Versenyhivatalnak nincs tudomása,

- édesítőszer:

a cukorpótló édesítőszer (fruktóz, szorbit, xilit stb.) energiaértéke a cukoréval közel azonos. A legfontosabb mesterséges édesítőszer (intenzív édesítőszer) a szacharin, a ciklamát, az aceszulfám-K és az aszpartám. Széles választékban, gyakran egymással kombinálva, tablettá, folyadék és por alakban állnak a fogyasztók rendelkezésére. Ezek az aszpartám kivételével (amely két aminosav összekapcsolódásából áll, ezért akár „természetesnek” is tekinthető) mesterségesen előállított kémiai anyagok. Egymással kombinálva őket édesítőerejük növekszik. A mesterséges édesítőszer energiaértéke (az aszpartám kivételével) nulla, ezért az energiaszegény étrendekbe jól beilleszthetők. Valamennyi édesítőszer ereje nagyobb, mint a cukoré. A hazai édesítőszer piacon különböző összetételű mesterséges édesítőszer vannak forgalomban (pl. Equal, NutraSweet, Neotame, Spoonful, Equal-Measure, NutraTaste, Canderol). Természetes alapanyagot tartalmazó édesítőkről a jelen eljárásban érintett, csak rövid ideig forgalmazott „Just Like Sugar” terméken kívül (amelynek fő alkotó elemei a cikória maltodextrin, cikória élelmi rost) a Gazdasági Versenyhivatalnak nincs tudomása. Az édesítőszer iránti fogyasztói kereslet háttérben betegség (cukorbetegség) és a súlyfelesleg megelőzésére, illetve csökkentésére való törekvés egyaránt állhat.

III. Az eljárásban érintett vállalkozások vizsgált magatartása

A Vitapress Kft. „Norbi Update ételízésítő”, „Norbi Update Marhahúsleves kocka” és „Norbi Update Tyúkhúsleves kocka” termékei

13. A 2006-tól forgalmazott „Norbi Update ételízésítő” termék csomagolásának elülső oldalán – az „1 kód Norbi Update életmódrendszer 0-24 h” közlésen kívül – a következő állítások olvashatók:

*„Jódozott őstengeri sóval”
„Csökkentett nátrium-klorid tartalmú”*

14. A 2006-tól forgalmazott „Norbi Update Tyúkhúsleves kocka” és a „Norbi Marhahúsleves kocka” termékek csomagolásán – az „1 kód Norbi Update életmódrendszer 0-24 h” közlésen kívül – a következő állítások szerepelnek:

*„Jódozott őstengeri sóval”
„Jelentősen csökkentett nátrium tartalommal!”*

15. A konyhasó legtöbbször bányászott (kősó) vagy tengeri só lehet. Ez utóbbit a tengervíz lepárlásával kapják, amely nemcsak nátrium-kloridot tartalmaz, hanem más ásványi anyagokat is, s ezáltal egyesek egészségesebbnek tartják, mivel a túlzott nátrium bevitel káros lehet a szervezet egészségére. A minőségi konyhasó adalékanyagokat is tartalmaz: magnézium-karbonátot az összetapadás gátlására, illetve jódot (kálium-jodid vagy kálium-jodát formában) a golyva (struma), illetve egyéb jódhiányos panaszok megelőzésére.

A só előállításának különböző technológiai vannak:

- száraz bányászat: sötömböket bányásznak a föld mélyéből és daráló fejekkel megőrlik, majd szitálják és kezelik (kősó),
- tengeri só kezelése: a tenger vizet tárolókban felfogják és a vizet elpárologtatják, majd összegyűjtik a sót (tengeri só),
- nedves eljárás: furaton keresztül vizet engednek a hegybe (só-lelőhely) és a telített só oldatból lepárlással, centrifugálással előállítják a sót (párolt, vákuum só).

A Vitapress Kft. részére a 2006. évtől szállított só származási helye Ausztria, ahol három bányából nyerik ki a sót. A beszállító vállalkozás nyilatkozata szerint a hegyi sótermékek mind az őstengeri só maradványai. A sót nedves eljárással termelik ki.

16. Az élelmiszerekről szóló 1995. évi XC. törvény végrehajtásáról szóló 1/1996. (I. 9.) FM-NM-IKM együttes rendelet tápanyag összetételre vonatkozó állításokat tartalmazó, 2007. augusztus 31-ig hatályban volt 9. számú mellékletének a só- vagy nátriumtartalommal kapcsolatos 7. pontja a d) alpontban rögzítette, hogy csökkentett nátriumtartalmúnak minősül az élelmiszer, ha nátriumtartalma legalább 25%-kal kevesebb, mint a vele összehasonlítható hagyományos élelmiszeré. A rendelkezésre álló adatokból megállapíthatóan a „Norbi Update ételízésítő” esetében a NaCl tartalom jóval alacsonyabb, mint a Vitapress Kft. által gyártott hasonló termékeké, illetőleg a versenytársi piacvezető termékeké.

17. A Vitapress Kft. termékeit a Progresszív magazin 2006. évi áprilisi számában, illetve áruházi reklámújságokban is hirdette, ezekre a tájékoztatásokra ugyanakkor a jelen vizsgálat nem terjedt ki.

18. A www.norbiupdate.hu honlapon és a Flyerz magazinban („KO” szignóval) az ételízesítő és a leveskocka termékekkel kapcsolatban az alábbi tájékoztatás került közzétételre:

- 18.1. *„Sikerrecept¹
Droggal mérgezik az ételízesítőket!”
[Fekete háttérben fehér halálfej ábrázolása]
Tudja, hogy miből készül a legtöbb leveskocka és ételízesítő? Megdöbbentő titokról rántjuk le a leplet!!!
Azon talán még senki sem lepődik meg, ha azt mondjuk, hogy sima mezei sóval dolgoznak a gyárak, de például azt csak kevesen tudják, hogy a legtöbb ételízesítőből, illetve leveskockából kispórolják a fűszereket. Helyettük ízfokozóként nátrium-glutamáttal töltik tele a zacskókat. Mi ez a glükonát? Nem túlzunk, amikor azt állítjuk, hogy egy szintetikus drogról van szó, hiszen egyik hatása, hogy az íz érzeteket a tízszeresére nagyítja. Utánakerestünk a különös nevű anyagoknak a www.e-szamok.hu oldalon, ahol a különböző ételadalékokról olvashatunk. A E-620-as számnál bukkantunk rá a glutaminsavra. Azt írják, hogy fogyasztása az érzékeny embereknél kiváltja az úgynevezett „kínai étterem jelenséget” amely halántéktáji nyomás, hát- és fejfájás formájában jelenhet meg. Ez a „kínai étterem-jelenség” kifejezés igazán találó, ugyanis a kínai éttermekben ez a szer a legnépszerűbb adalék. Patkánykísérletek során szaporodási zavarokat és az utódoknál butulást okozott. Étvágynövelő hatása van, ezért a fogyasztó könnyen elhízik. Az arra érzékenyeknél nyaki, hát- és fejfájást, gyengeséget, szapora szívdobogást és depressziót okozhat. Félelmetes nem?
Forradalmi lépés az élelmiszeriparban, hogy a világon először az Update termékek között jelent meg olyan ételízesítő és leveskockák, amelyek teljes mértékben glutamát mentesek. A terméket Balogh Sándor, a Virgin cég fejlesztője alakította ki és összetevői kizárólag természetes anyagok. A negyven éve az élelmiszeriparban tevékenykedő fejlesztő valódi fűszerek mellett csökkentett nátrium tartalmú óstengeri, jódozott sót használ. Természetesen mindegyik az ételízesítő és leveskocka egyes kódú, tehát éjjel nappal, büntudat nélkül fogyasztható. Ráadásul, aki szeretné, a Norbi Futáron keresztül akár házhoz is vitetheti magának a terméket.”*
- 18.2. *„Sikerrecept²
Leveskockák ételízesítők - 1. rész
Az elefántboka jelenség
Utána néztünk a boltokban kapható egyéb leveskockáknak, ételízesítőknek
Meglepő és egyáltalán nem mulatságos...
Mit tartalmaznak az egyéb leveskockák, ételízesítők?”
„Nátrium-tartalom (nátrium klorid formában): igen magas, általában 63-68 %, de egyes külföldről hozott termékekben (pl.: Lengyelországból exportált) 83-87 % is lehet. Emellett a lényegi tartalom szárított zöldségek, szárított hús, fűszerek, fűszer kivonatok nem haladják meg a kb. 5-6 %-ot.
A többi zsír, cukor, és egyéb e-anyagok, valamint különféle élelmiszeradalékok (mint pl.: mesterséges aromák, ízfokozók, színezékek, édesítők stb.).*

¹ 2006. november 1-jén került a honlapra, jelenleg már nem olvasható (Vj-80/2007/28/13.)

² A www.norbiupdate.hu honlapon jelent meg 2006. december 11-én, s 2007. március 26-án még elérhető volt a fogyasztók számára (már nem olvasható a honlapon) (Vj-80/2007/28/14.). A tájékoztatás két részben jelent meg a Flyerz magazinban, a 2006 december 14-20-i és a 2007. január 4-10-i számban (Vj-80/2007/28.).

Tehát az egyéb leveskockák ételízesítők több mint 90 %-a, a nátrium klorid (konyhasó), cukor, zsír, és egyéb olyan élelmiszeradalékok, amiket tulajdonképpen, ki is hagyhatnánk az életünkéből.”

Mit kell tudni a nátrium kloridról?

Rahói Csilla, a dietetikus válaszol

A nátrium klorid finomított változata a konyhasó, ami a szervezetben fokozza a folyadék visszatartást.

A túlzott (nagy mennyiségben, hosszú távon) sófogyasztás magas vérnyomáshoz vezethet, érrendszeri betegséghez, ödémásodáshoz, szív és vesepanaszokat okozhat, akár még szívinfarktus előidézője is lehet. Magas vérnyomásúaknak, szív- és vesebetegeknek súlyosbíthatja az állapotát.

Hölgyeknél gyakori az elefántboka-jelenség a túl sok konyhasó fogyasztása esetén.”

„Tyúkhúsleves-kocka

Összetevők: jódozott só, növényi zsír, ízfokozók (nátrium-glutamát, dinátrium-inozinát, dinátrium-guanilát), tyúksír, cukor, cukor, búzaliszt, élesztőkivonat, hagymaliszt, szárított tyúkhús (1,32%), tyúkhúsaroma (glutént és tejszármazékot tartalmaz), maltodextrin, petrezselyemlevél, színezék (ammónium-szulfitos karamell, riboflavin), fűszerek és fűszerkivonatok. Nyomokban tojást, szóját és zellert is tartalmazhat.

Nátrium-glutamát - E-621

Szerep: ízfokozó.

Hatás: depresszió, étváagnövelő, fejfájás, mellkasi fájdalmak, szapora szívverés. Érzékeny embereknél az ún. kínai étterem jelenséget” váltja ki (halántéktáji nyomást hát és fejfájást). A patkányoknál szaporodási zavarokat és – az utódoknál – tanulási nehézséget okoztak. Étváagnövelő hatása elhízáshoz vezethet. A fogyasztót megtéveszti az élelmiszer tényleges összetételét illetően. A glutamátot általában szójaból nyerik és húskészítményekhez adagolják. Az arra érzékenyeknél nyaki és hátfájást, gyengeséget, fejfájást, szapora szívdobogást okozhat (Forrás: www.e-szamok.hu).

Ammónium-szulfitos karamell – E-150d

Szerep: színezék

’Gyanús adalékként tartják számon. Patkányokon végzett kísérletek során megváltoztatta a vérképet.

(Forrás: <http://hmika.freeweb.hu/lexikon/Ht1m/Eanyag.htm>)

Az állatkísérleteknél nagyobb adagban görcsöket váltott ki és csökkentette a fehérvértestek számát (módosította a vérképet, ami esetleg rákkeltő hatásra is utalhat). Ausztriában csak a barna sör színezéséhez engedélyezett. (Forrás: Fogyasztóvédelem – Az élelmiszeranyagok részletes felsorolása: <http://www.zpok.hu/fogyved/e-szamok/eanyagok.html#150d>)”

18.3.

„Sikerrecept¹

Leveskockák ételízesítők - 2. rész

Lehet egészségesen is

Az általános helyzet elég szomorú leveskocka ügyben. Ne csüggedjenek, van alternatíva: Norbi update 1-es leveskockái, ételízesítője!

¹ A www.norbiupdate.hu honlapon 2006. december 11-től volt olvasható (Vj-80/2007/17/1/4.), s 2007. március 26-án még elérhető volt a fogyasztók számára (már nem olvasható a honlapon) (Vj-80/2007/28/14.). Nem ismert, hogy a www.norbiupdate.hu honlapon mettől-meddig volt olvasható a tájékoztatás, ugyanakkor az tudott, hogy 2007. március 26-án elérhető volt a fogyasztó számára (Vj-80/2007/28/15.). A tájékoztatás megjelent továbbá a Flyerz magazin 2007. január 11-17-i számában (Vj-80/2007/28).

Már nem kell sokat várni, néhányat alszunk csupán és kopogtat ajtónkon az úgynevezett Karácsony. Sürgünk-forgunk a konyhában, éjjel nappal sütünk főzünk. Isteni húsleves illat száll a tűzhely irányából, rotyog a pörkölt, sül a pulyka a sütőben. Fenséges ízek, lehet-e fokozni még, anélkül, hogy egészségtelen cukros, mesterséges ízfokozókkal teli leveskockát, ételízesítőt használnánk?

Válasz: igen, mióta léteznek Norbi update 1-es leveskockái, és ételízesítője.

Miért egészségesebb, mint más ilyen jellegű termékek?

Rahói Csilla, a dietetikus válaszol...

...Még egy nagyon fontos említésre méltó tulajdonsága van a Norbi élelmiszer kiegészítőinek, nem tartalmaznak nátrium glutamátot! A nátrium-glutamát a mostani kutatások szerint – ki kell emelnem, hogy nagy mennyiségben és hosszú távon fogyasztva - az egyik „legkritikusabb” ízfokozó. Arra érzékeny embereknél allergiát okozhat (bőrkiütések formájában), depressziót, mellkasi fájdalmakat, szapora szívverést, valamint az úgynevezett „kínaiétterem-effektust” válthatja ki (halántéktáji nyomást, hát- és fejfájást).

Fent említett pozitív tulajdonságai miatt nyugodt szívvel tudom ajánlani magas vérnyomásúaknak és szívbetegeknek, olyan esetekben, ahol a nátrium megszorítás szükséges.”

**A KaFa-tex Kft. „Norbi lisztkeverék nokedlikhez és tésztákhoz”,
„Norbi lisztkeverék édes és sós süteményekhez”,
„Norbi lisztkeverék palacsintákhoz” termékei, illetve
„Norbi Update kenyérliszt” terméke**

19. A 2006 januárjától a KaFa-tex Kft. által forgalmazott „Norbi lisztkeverék nokedlikhez és tésztákhoz”, „Norbi lisztkeverék édes és sós süteményekhez” és „Norbi lisztkeverék palacsintákhoz” termék csomagolásán – az „1 kód Norbi Update életmódsziszter 0-24 h” közlésen kívül – az alábbi tájékoztatások szerepelnek:

„65%-kal kevesebb szénhidrát”

„65%-kal kevesebb felszívódó szénhidrátot tartalmaz, mint a hagyományos gabonalisztek”

20. Mindhárom termék sütő- és cukrászipari alapanyag, liszthelyettesítő. Magas az élelmi rosttartalmuk, többszöröse a búzalisztnak. Az angol partner „LoCarb Choice” lisztjei esetében vállalta a felszívódó szénhidrátartalom 5% alatti mértéken tartását.

21. A tápanyagok esetében vizsgálható az átlagos kihasználás (emészthetőség és felszívódás) mértéke. A finom búzaliszt esetében az átlagos összes szénhidrátartalom 98%, a rétes búzaliszt esetében 97%. A búzaliszt hasznosuló, felszívódó szénhidrátartalma a Versenytanács rendelkezésére álló adatok szerint a következő:

- főző és rétes búzaliszt (főző és rétes) hasznosuló, felszívódó szénhidrátartalma 70,6 gramm / 100 gramm, illetve a teljes kiörlésű búzaliszt esetében 70,7 gramm / 100 gramm,
- a gabonalisztek átlagos felszívódó hasznosuló szénhidrátartalma 71,35 g / 100 gramm,
- a búzalisztek felszívódó szénhidrátartalma 69,4-70,93 gramm,
- a teljes kiörlésű liszt felszívódó szénhidrátartalma 63,9 g / 100 g.

22. A KaFa-tex Kft. termékeinek gyártmánylapjain szereplő, illetve a Debreceni Agártudományi Egyetem Nemzeti Akkreditáló Testület Akkreditált Vizsgáló Laboratóriuma

által bevizsgált felszívódó szénhidrátartalomra vonatkozó adatok alapján (a 71,35g/100 g-os értékből kiindulva) a termékek felszívódó szénhidrátartalma az alábbiakban foglalható össze:

Termék	A termék felszívódó szénhidrátartalma gramm/100 gramm	Gabonalisztek összes átlagos felszívódó szénhidrátartalma gramm/100 gramm	Csökkenés mértéke %	Feltüntetett csökkenés mértéke %
Norbi lisztkeverék Édes és sós süteményekhez	19,0	71,35	73,4	65
Norbi lisztkeverék Palacsintákhoz	20,0	71,35	72,0	65
Norbi lisztkeverék Nokedlihez és tésztához	20,0	71,35	72,0	65

23. A 2005 augusztusától forgalmazott „Norbi Update kenyérliszt” csomagolásán – az „1 kód Norbi Update életmódrendszer 0-24 h” közlésen kívül – szerepel, hogy

„csoda”

„-90% felszívódó szénhidrát!”

24. A „Norbi Update kenyérliszt” sütő és cukrászipari alapanyag, liszthelyettesítő. A búzaliszthez hasonlóan sütőipari termék elkészítéséhez víz keverésével alkalmas a felhasználásra.

25. A „Norbi Update kenyérliszt” felszívódó szénhidrátartalma az alábbiak szerint alakul:

Termék	A termék felszívódó szénhidrátartalma gramm/100 gramm	Gabonalisztek összes átlagos felszívódó szénhidrátartalma gramm/100 gramm	Csökkenés mértéke % (100-2x100/3)	Feltüntetett csökkenés mértéke %
Norbi Update Kenyérliszt	5	71,35	93,0	90

26. A KaFa-tex Kft. 2005-ben egy szórólapot készített termékei népszerűsítésére, ugyanakkor a jelen eljárás nem terjedt ki ezen tájékoztatás versenyjogi értékelésére.

27. A Flyerz magazin 2007. évi február 1-7. számában („KO” szignóval) a „Norbi Update lisztek” egészségre gyakorolt hatásáról az alábbi tájékoztatás jelent meg:¹

„Update-el az Update” 2. rész

Egy sikeres autómódel életében is eljön az a pillanat, amikor külső-belső megújuláson megy keresztül, Norbi update életében is eljött ez az idő...

Norbi és kis csapata 4 év kemény munka után kívül-belül új tartalommal tölti meg a már meglévő kereteket. Ezt három fő ok indokolja. A fogyasztói igények messzemenő figyelembe vétele. A reform piac változásai, illetve az utóbbi években elvégzett átfogó, tudományos háttérmunka. Így született meg a forradalmian új „New Update”. Erről beszélgettünk Norbival.

¹ Vj-80/2007/28/10.

Flyerz: Mit takarnak a reform ételpiac változásai?

Norbi: Az Update termékek keresztmetszetét folyamatosan bővíteni tudjuk, hiszen jelenleg már 240 terméket fejlesztettek ki élelmiszermérnökeink, viszonylag rövid idő alatt. Emellett figyelembe vesszünk egy olyan dolgot is, amit ez idáig mindenki kihagyott a számításból. Kutatások alapján bizonyítható, hogy bizonyos ételek és alapanyagok egymásra gyakorolt hatása a gyomorban és az emésztőrendszerben módosíthatja a felszívódásukat. Gondoljunk csak arra, hogy régen fekete, durva, teljes őrlésű zsiros kenyeret ettek a szántóföldeken, mégis viszonylag kevés elhízott emberrel találkozhattunk. A zsír ugyanis lassítja a kenyérben lévő szénhidrát felszívódását, megváltoztatja a glikémiás indexet (ami azt jelenti hogy az adott étel mennyire emeli meg a vércukorszintet). A magas rosttartalommal ugyanezt a hatást érhetjük el. Ráadásul a vastagbélrák a kialakulásának az esélyeit is minimálisra csökkenthetjük, hiszen a mi speciális Norbi lisztünk tele van rosttal. Sok olyan betelefonáló volt az Ételfutár ügyfélszolgálatára, aki hasmenésre panaszkodott, pedig csak arról volt szó, hogy a mi lisztünk felhasználásával készített ételeink kitisztítják a bélcsatornát. Ilyenkor a bélfalán lévő lerakódások mennyisége csökken, amikből elvileg esetenként visszamérgezés, majd polip, végül pedig, akár daganat is kialakulhat. Hogy mennyire fontos ez? (Gondoljunk csak a végbélkúpra, a leghatékonyabb lázcsillapítók is innen szívódnak fel.)

A Norbi Update liszt tehát az egyik legnépszerűbb rákprevenciós eszköz. Ennek kapcsán mondanám el azt, ha a sima graham lisztet feldúsítják rostokkal, máris sokat tettünk az egészségünk megőrzése érdekében. Hozzá tartozik a dologhoz, hogy a Norbi liszt és a speciális Update alapanyagok drágábbak az átlagnál, nem mindenki tudja megfizetni őket.”

28. A Magyarországon közfogyasztásra szánt, illetőleg forgalomba hozott élelmiszerek előállításának, forgalmazásának, jelölésének feltételeire vonatkozó előírásokat az élelmiszerekről szóló 2003. évi LXXXII. törvény és az élelmiszerek jelöléséről szóló 19/2004 (II. 26.) FVM-ESzCsM-GKM rendelet tartalmazza.

Az MG Európa Kft. „Just Like Sugar” terméke

Az MG Európa Kft. 2005 augusztusától 2006 novemberéig forgalmazta a „Just Like Sugar” terméket, amelyet a Las Vegas-i székhelyű Just Like Sugar Inc. vállalatától szerzett be.

29. A termék csomagolásán – az „1 kód Norbi Update életmódszerelem 0-24 h” közlésen kívül – a következő állítások kerültek elhelyezésre:

„Cukormentes cukor” felirat.

„100%-ban természetes!”

„0 Szénhidrát! 0 Kalória!”

30. A termék összetétele: cikória maltodextrin, cikória élelmi rost, Kalcium, C-vitamin és természetes aroma (narancshéjból).

31. A termék adataiból megállapíthatóan

- felszívódó szénhidrátot nem tartalmaz,
- kalóriatartalma 0%.

32. A termékben található C-vitamin és Kalcium igen csekély mennyiségben hozzáadott összetevők. Ezek természetes eredetéről az MG Europa Kft. nem tudott érdemi információkkal szolgálni.

33. A termék címkéjén szereplő, „100%-ban természetes! 0 szénhidrát, 0 kalória!” felirat az MG Europa Kft. nyilatkozata szerint nem a Norbi.hu Kft. marketingjéhez tartozik. Ez a felirat a termék eredeti címkéjének hivatalos magyar nyelvű fordítása, a címkét pedig az amerikai gyártó alakította ki.

34. Az MG Europa Kft. az Ideál Életmód magazinban népszerűsítette termékét 2006 februárjában és márciusában, illetve 2006-ban a lowcarb.hu internetes honlapon, valamint a vállalkozás saját honlapján jelent meg tájékoztatás a termékről. Ezen tájékoztatásokra a jelen eljárás nem terjedt ki.

A „tudományosan alátámasztott” közlés a „Norbi Update – Minden, amit a fogyásról tudok” című könyv borítóján

35. Az elmúlt években az „Update” életmódszerrel kapcsolatban számos tájékoztatás jelent meg.

36. A Norbi Update Worldwide Zrt. által 2007-ben kiadott, „Norbi Update – Minden, amit a fogyásról tudok” című könyv borítójának elő- és hátsó lapján, illetve a kötet 1. oldalán egyaránt szerepel az a közlés, hogy

„tudományosan alátámasztott”.

Az „Update” termék csomagolásán elhelyezett „nem hizlal” közlés

37. Az „Update” termékeken elhelyezett „Norbi Update” logó a Norbi.hu Kft., illetve a Norbi Update Worldwide Zrt. tulajdonában vannak, annak használati jogáról ők rendelkeznek. Az „Update” termékek az elmúlt években csomagolásukban is változtak. Ennek része volt az Update logó megújítása is. A „nem hizlal” közlést is tartalmazó logók a Gazdasági Versenyhivatalnak tett nyilatkozatok szerint már „nem hivatalosak”, a logók változtatása minden partnernél folyamatban van. A folyamat 2006-ban kezdődött, de a változás a kereskedelmi egységekben csak 2007 őszére lesz látható. Nem ismert, hogy az elmúlt években milyen termékek csomagolásán került alkalmazásra a „nem hizlal!” közlés, s milyen módon ment végbe a csomagolások módosulása.

A vizsgálat eredményeként nem vált ismertté, hogy konkrétan mely, milyen mennyiségben forgalmazott termékek csomagolásán mikortól meddig szerepelt a „nem hizlal!” állítás.

IV. Szakmai vélemények

38. Az Országos Élelmiszerbiztonsági és Táplálkozástudományi Intézet (a továbbiakban: OÉTI) Élelmiszeradalék és Kémiai Szennyezőanyag Főosztálya a Gazdasági Versenyhivatal megkeresésére a www.norbiupdate.hu internetes oldalon megjelentetett „Sikerrecept Droggal

mérgezik az ételízesítőket” című cikkben, illetve a www.norbiupdate.hu internetes oldalon és a Flyerz magazinban megjelentetett „Sikerrecept Leveskockák, ételízesítők - 1.rész: Az elefántboka-jelenség”, valamint a „2. rész - Lehet egészségesen is” című cikkekben leírtakkal kapcsolatban ismertette,

- a leveskockák összetétele a dobozokon jelölve van, mennyiségük csökkenő sorrendjében felsorolva az összetevőket, így nincs „megdöbbenő titok”, amiről le kellene rántani a leplet, elég elolvasni a feliratokat,
- megalapozatlan az az állítás, amely szerint „kispórolják” a fűszereket a leveskockákból, hiszen azok tartalmazznak szárított zöldségeket és fűszereket, fűszerkivonatokat. A fűszerek mennyiségének alsó határa nincs előírva, így a „kispórolás” nem értelmezhető. Az összetevők felsorolásának sorrendjében az ízfokozó a negyedik a 12 összetevő közül, tehát nem nátrium-glutamáttal (E621) „töltik tele” a zacskót,
- a glükonát és a glutamát nem összecserélhető, az egyik cukor, a másik aminosav származék, s egyikről sem állítható, hogy „szintetikus drog” lenne,
- a Joint FAO/WHO Expert Committee on Food Additives (JECFA) és az Európai Bizottság által működtetett Scientific Committee for Food (SCF) toxikológiai értékelése szerint a természetes étrenddel fogyasztott jelentős mennyiségű glutaminsav/glutamát fogyasztás figyelembevételével az adalékanyag felhasználásból származó megengedhető napi bevitel számszerű korlátozása nem szükséges,
- a glutamát nem igazi allergén, de több allergiaszerű tünetet kiválthat érzékeny emberekben. A „kínai étterem szindrómaként” ismert tünetegyüttest összefüggésbe hozzák a glutamát fogyasztással, de az ok-okozati összefüggést placeboval ellenőrzött kettős vakpróbával nem lehetett egyértelműen igazolni. Szaporodási zavarokra utaló tüneteket többgenerációs állatkísérletekben sem tapasztaltak. Az „utódok butulásával” kapcsolatos megjegyzést a JECFA adatok nem támasztják alá,
- az „egyéb” leveskockák összetevői a címkén szereplő feliratok szerint megegyeznek a nemzetközi gyakorlattal. Élelmezés- és táplálkozás-egészségügyi szempontból nem önmagában a leveskocka, hanem a belőle vagy vele készült élelmiszer összetétele (pl. sótartalma) az érdekes,
- a leveskockák, ételízesítők adalékanyagokra vonatkozó állításokban több félrevezető, illetve pontatlan információ szerepel. Ezen termékek aromái nem mesterséges aromák, s a vizsgált tájékoztatásokban említett édesítőszer hozzáadása nem jellemző,
- a nátriumklorid (konyhasó) túlzott fogyasztása számos betegség kialakulásában fontos kockázati tényező. A leveskockákat, ételízesítőket azonban nem fogyasztják önmagukban, itt az adagolás helyes megválasztása, a túladagolás kerülése a cél. A leveskockák, ételízesítők kémiai tartósítószer hozzáadása nélküli eltarthatósága megkívánja a termékek magas só koncentrációját,
- a glutaminsav és a nátriumglutamát szagtalan, enyhe jellegzetes ízű anyag. Mértékadó ismertető leírásban olyan megállapítással, hogy elnyomják az ízbeli hibákat, az OÉTI nem találkozott. Ez ellentmondana az élelmiszer adalékanyagok engedélyezhetőségének, ahol alapfeltétel, hogy az alkalmazás nem vezetheti félre a fogyasztót az áru minősége tekintetében,
- az ammonium szulfitos karamell (E150d) színezék a JECFA által végzett toxikológiai értékelés szerint biztonságosan alkalmazható élelmiszer színezék. A vizsgált tájékoztatásokban hivatkozott tüneteket a tudományos követelményeknek megfelelően végzett állatkísérletekben nem tapasztalták. Felhasználását a közösségi előírások, köztük a magyar és osztrák rendelkezések egyaránt az élelmiszerek széles körében engedélyezik (tehát nem igaz, hogy csak a barna sörben).

39. A Versenytanács előtt a Vj-199/2004. (szintén „Update” készítményekkel összefüggő) eljárásból ismert az OÉTI-nak a „nem hizlal!” közléssel kapcsolatos álláspontja:

- egy termék hatása a szervezet anyagcseréjére, testtömegének alakulására nem köthető időpontokhoz, továbbá nincs tudományos bizonyíték arra, hogy az adott húskészítmények a zsírlébonban, az anyagcsere felgyorsításában, esetleg a formamegőrzésben játszanak szerepet,
- a legkorszerűbb összetételű termék is hizlal, ha abból a kívánatosnál többet fogyasztanak,
- a „nem hizlal!” kifejezés szakmailag elfogadhatatlan.

40. A Magyar Táplálkozástudományi Társaság a Gazdasági Versenyhivatal megkeresésére ismertette,

- soha nem foglalkozott alternatív táplálkozási elképzelésekkel, így az „Update” rendszerrel sem,
- tudomása szerint Schobert Norbert tevékenysége soha nem jelent meg a táplálkozástudomány, orvostudomány területén, ilyen témájú előadást nem tartott, lektorált cikket nem jelentett meg, s kontrollált vizsgálatot sem végzett, így munkássága a tudományos értékelés megszokott módszereivel nem értékelhető.

41. A Magyar Dietetikusok Országos Szövetsége a Gazdasági Versenyhivatal megkeresésére ismertette,

- ismereteik szerint „Norbi” életmód rendszerével kapcsolatban soha nem jelent meg szakmai folyóiratban publikáció, tudományos konferencián nem tartott előadást, nem készült az evidence based medicine alapján tudományos vizsgálat a módszeréről. Többféle táplálkozási irányzat, divatos étrend fedezhető fel az „Update” módszerben, de ezek között logikai összefüggés, szakmai szempontok szerinti rendszer nem azonosítható. Az „Update” életmódrendszer hosszú távon való alkalmazásáról, az egészség megőrzésének befolyásolásáról szakmai véleményt alkotni nem tudott,
- a tudomány mai állása szerint, az evidence based medicine alapján a testtömeg szabályozását az energiabevitel (azaz az elfogyasztott táplálék energiatartalma) és az energiaszükséglet, más kifejezéssel az energiafelhasználás egyensúlyban tartásával lehet fedezni egyénre szabottan. Az ételek élelmiszerek hármascsoportosításában megjelenő tendenciával, tehát pusztán azzal, hogy nagy energiatartalmú ételek fogyasztása csak délelőtt megengedett, nem garantálható a testtömeg csökkenése.

42. A Gazdasági Versenyhivatal eseti szakértőként kérte fel prof. Dr. Halmy Lászlót, a Magyar Elhízástudományi Társaság elnökét, a Schobert Norbert „Minden amit a fogyásról tudok” című könyvének szakmai lektorát, aki a „Norbi Update” életmódrendszerrel kapcsolatban az alábbi megállapításokat tette:

- a táplálékok három kategóriába történő besorolása tápanyagtartalmuk és energiaértékük alapján globálisan elfogadható,
- az emberi szervezet napszakos ingadozása alapján adott, a nap folyamán fokozatosan csökkenő energia-, szénhidrát- és fehérjetartalmú étrend dietikailag megalapozott. Az étrend a nap folyamán csökkenő mennyiségű étkezések elvárásának megfelel, amely több évszázada ismert. A bizonyítékokon alapuló orvoslás (evidence based medicine) elvárásainak megfelelő elemzés diétás módszerre vonatkozóan a hazai körülmények miatt jelen időpontig egyetlen diétás módszer esetében sem történt meg, így az „Update” módszer értékelése is a nemzetközi szakirodalom adatai alapján lehetséges, mivel ezek hasonló összetételű étrendet tartalmaznak,
- az „Update” étrend a nemzetközi szakirodalom hasonló összetételű étrendjeinek értékelése, valamint összetételének elemzése alapján bizonyított alapokon nyugvónak tekinthető, bár adatszerű vizsgálat az étrend hatásáról nem történt,

- hosszú távú eredményesség, mint más étrendi kezelések esetében is, az „Update” diétás rendszerről adatszerűen csak évek múlva állapítható meg. Az étrend alkalmazásának jelenlegi szakaszában az étrend összetételét és ajánlásait a nemzetközi irodalommal egybevetve hipotézisszerűen valószínűsíthető, hogy az egészség megőrzésében és esetleges fejlesztésében szerepet játszhat.

43. A vizsgálat az akta részévé tette Pálfi Erzsébet dietetikus, (főiskolai tanársegéd SE Egészségügyi Főiskolai Kar Dietetikai Tanszék) és Lelovics Zsuzsanna dietetikus „A Norbi étrend kritikájáról” című írását, amely a magyar dietetikusok lapjában, az „Új Diéta” 2005/3. számában jelent meg, s amely több vonatkozásban kifogásolja az „Update” rendszert (a táplálkozással szakemberként foglalkozók az „életmódrendszerben” több hibás értelmezést, megalapozatlan állításokat fedeznek fel, a termékek kódjában pedig nem látják a rendszert; az „Update”-et rendszernek szánta Schobert Norbert, de jelen állapotában inkább egy rendszer nélküli halmaz, sem táplálkozástudományi alapelvek, sem logika nem fedezhető fel benne stb.). A 2005-ben megjelent írást a Versenytanács bizonyítékként nem vette figyelembe, mivel időközben az „Update” rendszerben több módosítás következett be, s így nem ismert, mennyire aktuálisak a cikk megállapításai.

44. Ugyancsak az akta része Kalas Györgyi és Vincze Barbara „A nagy Norbi-biznisz” című, 2006-ban egy internetes oldalon megjelent cikke, amely a Versenytanács megítélése szerint nem minősíthető egy magatartás versenyjogi értékelése során figyelembe veendő szakmai véleménynek, így annak bizonyítékként való felhasználást a Versenytanács mellőzte.

V.

Az eljárásban érintett vállalkozások előadása

45. A Vitapress Kft. előadta,

- nem követett el jogsértést,
- a kifogásolt feliratok valós tájékoztatást adnak,
- a termékek grafikáját a Norbi.hu Kft. tervezte, a terméken feltüntetett feliratokat a Vitapress Kft. alakította ki.

46. A KaFa-tex Kft. előadta,

- a versenytársi termékek összetételével, az egészséget befolyásoló hatásával kapcsolatos nyilatkozatot nem tett, hirdetést nem jelentetett meg,
- a kenyér- és süteményliszt termékekkel kapcsolatos tájékoztatásokon, azaz a csomagoláson feltüntetett „csoda” felirat elsősorban az „Update” rendszerben történő megjelenésre utal. A „csoda” kijelentés a Norbi.hu Kft. részéről elfogadást nyert,
- a Norbi.hu Kft.-vel történt egyeztetés alapján, ismerte a konkurencia termékeit, döntött úgy, hogy megváltoztatja az összetételt és a hagyományos gabonaliszthez jobban hasonlító keveréket alkalmaz. Ekkor került sor 2006 januárjában a „Norbi” lisztkeverékek piaci bevezetésére. Az új összetétel mellett is messze a konkurenciát (a szénhidrát értéket illetően) megelőző keveréket forgalmaz, s ez a keverék ténylegesen alkalmas diabetikus késztermék előállítására, a megfelelő adalékanyagok megválasztása esetén,
- a termékek szórólapját önállóan készítette, az egyéb reklámokat a Norbi.hu Kft. állította össze,
- a versenyfelügyeleti eljárást megalapozatlannak tartja, ezért az eljárás megszüntetését kérte.

47. Az MG Europa Kft. előadta,

- a „Cukormentes cukor” felirat azért szerepel a hazai forgalmazásra kerülő terméken, hogy magyar fantázianevet adjanak az árunak, mivel a magyar emberek számára az angol márkanév nem megfelelően kommunikált. Ez az édesítő a gyártói dokumentumok alapján felszívódó szénhidrátot nem tartalmaz, így elmondható róla, hogy cukormentes. Ebből alakították ki a „cukormentes cukor” fantázianevet, ami kizárólag azt hivatott érzékeltetni a vásárlókkal, hogy ez a termék egy olyan természetes édesítő, amelyik nem tartalmaz hagyományos értelemben vett cukrot, s így valóban „cukormentesnek”. Ezt a gyártó Just Like Sugar Inc. dokumentumai és laboratóriumi vizsgálati eredményei igazolják,
- a termék címkéjén szereplő „100%-ban természetes! 0 szénhidrát, 0 kalória!” felirat nem a Norbi.hu Kft. marketingjéhez tartozik, ez a felirat a termék eredeti címkéjének hivatalos magyar nyelvű fordítása, a címke pedig az amerikai gyártó által lett létrehozva. Az állítás kialakításában a Norbi.hu Kft. nem játszott szerepet,
- a termékben található C-vitamin és Kalcium igen csekély mennyiségben hozzáadott összetevők, de a gyártó ezek természetes eredetéről nem tájékoztatta, arról információt nem állt módjában beszerezni. A C-vitamin és a Kalcium mennyisége ugyanakkor annyira kicsi a termékben, hogy azok teljes mértékben elhanyagolhatók,
- az általa becsatolt dokumentumok szerint valóban 0%-os szénhidrát-tartalmú és a kalóriatartalmú a termék.

48. A Norbi.hu Kft. és a Norbi Update Worldwide Zrt. előadta,

- a KaFa-tex Kft. által forgalmazott termékek esetében a hirdetések tartalmát közösen készítették, a webes és a Flyerz-es anyagokat a Norbi.hu Kft. készítette,
- az MG Europa Kft. által forgalmazott termékek esetében a tájékoztató anyagokat kizárólag az MG Europa Kft. biztosította, a Norbi.hu Kft.-nek azokban semmilyen szerepe sem volt,
- azért állítható az „Update” életmód/táplálkozási módszerről, hogy tudományosan alátámasztott, mivel orvosszakértőt és dietetikust is bevontak az új „New Update” rendszer kialakításába,
- sohasem állították azt, hogy az „Update” rendszer tudományosan bizonyított. A „Norbi Update – Minden, amit a fogyasztásról tudok” című könyv borítóján kizárólag a „tudományosan alátámasztott” szóhasználat olvasható. A Gazdasági Versenyhivatal vizsgálója dr. Halmy László kirendelt eseti szakértőnek azt a kérdést tette fel, hogy „az Update életmód rendszer bizonyított alapokon nyugszik-e?” A megalapozott és a bizonyított szó azonos értelmű használata vezetett ahhoz, hogy a szakértők nem a könyv borítóján megjelent „tudományosan megalapozott” megfogalmazásról, hanem a „tudományosan bizonyított” fogalomról folytatták le a bizonyítási eljárást. A kirendelt szakértő szakértői véleményében összegzi, hogy az alkalmazott módszer a napszakos ingadozás figyelembevételével lehetővé teszi az emésztés és az anyagcsere folyamatok napszakos változásaihoz és a szervezet napszakos igényeihez történő alkalmazkodást, ezáltal az Update-étrend a nemzetközi szakirodalom hasonló összetételű étrendjeinek összefoglalása, értékelése,
- álláspontjukat alátámasztja dr. Fodor Katalin egyetemi docens tárgyban készített (általuk becsatolt) véleménye, amelyből megállapítható, hogy a két fogalom értelmezése, nyelvtani elhatárolása erősen eltér jegymástól. A könyv borítója azt állítja, hogy az „Update” módszer tudományosan alátámasztott. A szakvélemény szerint az alátámasztott szó a probléma megoldásában alkalmazott, vagy alkalmazandó módszert jelenti, míg a tudományosan bizonyított megfogalmazás az eredményre utal. Lényegében az alátámasztott szó jelentősen kevesebb tartalommal bír, csak jelzi a lehetőséget, a valószínűséget, míg a bizonyítottság a folyamat végét jelzi, amikor a tudomány a módszerek eredményét összegzi. A vizsgálat a két fogalmat azonosnak

tekintve pontatlan kérdéseket tett fel a szakértőnek és ezért a vizsgálat végeredménye sem helytálló,

- kiemelték, különbséget kell tenni a „tudományosan alátámasztott” és a „tudományosan bizonyított” kifejezések között. A laikus köznyelvben nagyon hasonlítanak egymásra, de a Versenytanács nem hagyatkozhat a köznyelvre, a nyelvészeti szakértő véleménye veendő figyelembe. Ha a tudomány a két fogalmat elhatárolja, akkor a Versenytanácsnak is el kell határolnia azokat,
- ha a Versenytanács szükségesnek tartja az általuk benyújtott nyelvészeti szakvéleménnyel kapcsolatban további vizsgálódás lefolytatását, akkor kerüljön megkeresésre a Magyar Tudományos Akadémia Nyelvtudományi Intézete a benyújtott szakértői vélemény megküldésével, a célból, hogy szintén nyilvánítson véleményt a két kifejezés közötti különbség tárgyában,
- Schobert Norbert a Népegészségügyi Tudományos Társasággal szakértői szerződést kötött 2005 őszén, a szakértőket az „Update” módszerrel kapcsolatban tudományos vizsgálat lefolytatására kérve. Az aláírt szerződés alapján a kutatások megkezdődtek és a Népegészségügyi Tudományos Tanács az első hatásvizsgálatok eredményét összefoglaló munkát 2005. november 20-án leszámblázta és a Norbi.hu Kft a számla összegét kifizette. A Népegészségügyi Tudományos Társaság által lefolytatott tudományos vizsgálatoknak még csak részeredményei ismertek, ezekkel az eljárás alá vontak nem rendelkeznek. Az előzetes hatásvizsgálatok eredményeként összefoglaló iratot kapott a Norbi.hu Kft, amely tudományosan alátámasztottnak, megalapozottnak tartja az „Update” módszert. A kontrollcsoportos laboratóriumi vizsgálatokon alapuló bizonyítási eljárás jelenleg is folyik, a társaság véleményét csak 2008-ban fogja tudományos dolgozat formájában összegezni,
- az „Update” módszer kutatásával kapcsolatban Schobert Norbert számos kutatást finanszíroz, így például az Oganga Egészségügyi Bt-vel kötött szerződésében a Norbi Update Worldwide Zrt arra ad megbízást a kutatóknak, hogy összehasonlító elemzéseket és kísérleteket végezzen és dokumentálja az „Update” életmódszert az emberi szervezetre kifejtett hosszú és rövid távú hatását. A 2007-ben megkötött együttműködési szerződés eredményei még nem kerültek dokumentálásra,
- Schobert Norbert az elmúlt évben 2-3 konferencián volt jelen és előadást tartott,
- az életmódszert alapját képező hat elvrendszer vonatkozásában az bátran állítható, hogy azok tudományosan alátámasztottak külön-külön magukban. Az életmódszert egésze vonatkozásában kell még lefolytatni a függőben lévő kutatásokat. Három, egymástól független kontrollcsoportos vizsgálat zajlik, ezek azonban költséges vizsgálatok és időben elhúzódnak. Az életmódszerttel kapcsolatos érveket tehát már egyenként megfelelően alátámasztották, most dolgoznak azon, hogy összességében ezek bizonyítást nyerjenek,
- ha a könyv a Gazdasági Versenyhivatal szerint megalapozatlanul állítja azt, hogy az abban foglaltak tudományosan megalapozott állításokat tartalmazzak, nem foghat helyt a Tpv. azon rendelkezése, hogy a fogyasztói döntéseket tisztességtelenül befolyásolná és ugyancsak tisztességtelenül befolyásolná a fogyasztói választás belső kialakítását. A könyv a módszert dicséri és reklámozza, ugyanakkor szóhasználatában a beszerzett szakvéleménnyel nem lépi túl a tisztesség határait, valótlan tartalmat nem állít. A kifogásolt kitétel elsősorban a versenytársakat érinti, a számukra szóló üzenetet fogalmaz meg. Az adott könyv megvétele és az életmódszerthez való fordulás vonatkozásában ez a fogyasztói döntésekre tényleges hatással nem bír,
- az „Update” rendszer 2007 májusáig egyeduralgó volt a piacon. Ezt követően jelent meg egy versenytársi életmódszert. Ennek megfelelően a versenytárs kizárásával kapcsolatos elemek hiányoznak a jelen ügyből. nem a konkurens fogyasztó cég

kritikája fogalmazódott meg, hanem az egészségest és az egészségtelent kívánták elkülöníteni a tájékoztatásokban,

- egyetértenek azzal, hogy akkor, amikor a Norbi.hu Kft a leveskockákkal és ételízesítőkkel kapcsolatban tett nyilatkozatot, azok nem minősülnek összehasonlító reklámnak, mert a másik vállalkozás a nyilatkozatban nem felismerhető,
- a nyilatkozatok lényegében az íz-fokozókkal szemben fennálló kritikát fogalmazzák meg. Az íz-fokozókat a különböző élelmiszereken E betűvel jelzik. Jelenleg mintegy 1000 féle élelmiszeripari adalékanyag ismert. Ezekből a magyar fogyasztók évente mintegy három kilót fogyasztanak el annak ellenére, hogy valamennyi E-termék a vegyipar által kerül előállításra. Az íz-fokozók és aromák legfontosabb alapanyaga az ún. nátrium-glutamát, amely számos publikáció szerint látáskárosító és rákbetegség kockázati tényező. Az élelmiszerszakma egy része évek óta folytat harcot azért, hogy a korábban engedélyezett E jelű íz-fokozók és aromák forgalmazását korlátozza. A sérelmezett állítások a tudomány azon közzétett publikációinak a tömegekhez szóló népszerűsítését célozzák, amelyek arra buzdítanak, hogy a fogyasztó legyen tisztába az E jelzés (aromák, íz-fokozók) mögöttes tartalmával és kockázatos hatásaival. Annak igazolására, hogy fenti állítások a szakma egy bizonyos részének összegzését tartalmazzák, nyolc darab az internetről letöltött, a forrás megjelölését tartalmazó szócikket csatoltak,
- más vállalkozások is fontosnak tartják leveskockáik nátrium-glutamát mentességének hangsúlyozását, amely önmagában azt jelenti, minden bizonnyal jelentősége van annak, hogy egy termék tartalmaz vagy nem tartalmaz ilyen ízfokozót, s előnyös az, ha nem tartalmaz ilyet,
- nem értenek egyet azzal, hogy az aromák természetes termékek, azok vegyipari termékek,
- a „Sikerrecept Droggal mérgezik az ételízesítőket” cím kapcsán kiemelendő, a drog elnevezést az utca embere jóval szélesebb körben alkalmazza, mint a kábítószeresek köre, drognak nevezik többek között a szerelmet, az alkoholt, a kávé, a cigarettát, egyszóval számos olyan fogyasztási cikket, amely legálisan kapható és amelynek rendszeres fogyasztása fizikai, illetve pszichikai függőséget okoz. A drog szó jelentésértartalma nem annyira negatív, mint a kábítószer szóé. A Norbi.hu Kft. a cikkel pusztán arra próbálta felhívni az emberek figyelmét, hogy az ételízesítők mértéktelen, túlzott fogyasztása is a drogokhoz hasonlóan betegséget okozhat és, hogy amennyiben az emberi szervezet hozzászokik egy felfokozott ízérezethez, abban az esetben a normális, természetes ízű élelmiszerek, mint pl. a gyümölcsök, többé már nem fogják ugyanazt az örömeztetet okozni, a fogyasztó vágyani fog az erőteljesebb, mesterséges ízekre. Adott esetben tehát azért használta a Norbi.hu Kft a drog kifejezést, mert ilyen értelemben az ízfokozók tényleg függőséget okoznak, a fogyasztó ugyanis folyamatos vágyat érez arra, hogy ugyanazt a túlzott mértékű, mesterséges ízt érezze, már nem éri be a természetes ízekkel. Az pedig köztudomású tény, hogy az ilyen nem természetes eredetű, vegyi úton előállított anyagok, mint pl. a nátrium-glutamát betegséget okozhatnak, számos szaklap jelentetett meg erről cikkeket, a Norbi.hu is ezekből szerezte az információit. Ennek bizonyításául becsatoltak néhány e témával foglalkozó hazai és külföldi publikációt,
- nem ők szerkesztik az internetes honlapot, hanem az adott reklám cég, amellyel kapcsolatban állnak. A vállalkozás elhelyezi a honlapon az „Update” életmódrendszer kapcsán megjelent dokumentumokat,
- a tudományos anyagok csak kevés fogyasztóhoz juthatnak el, a bulvársajtó viszont alkalmas arra, hogy sok emberhez eljuthassanak a fogyasztók számára fontos információk. Az eljárás alá vontak a bulvársajtóban szokásos módszereket alkalmazva népszerűsítik az életmódrendszert. A tömegeknek jó és hasznos ez az életmódrendszer, ezt mindenképpen kéri figyelembe venni.

49. A Norbi.hu Kft. és a Norbi Update Worldwide Zrt. a versenyfelügyeleti eljárás jogsértés hiányában történő megszüntetését kérte.

VI. A vizsgáló indítványa

50. A vizsgáló a Vitapress Kft. által forgalmazott „Norbi Update ételízesítő”, „Norbi Update Marhahúsleves kocka” és „Norbi Update Tyúkhúsleves kocka” kapcsán megállapította,

- a „Norbi Update ételízesítő” csomagolásán lévő „Csökkentett nátrium-klorid tartalmú” és a „Norbi Update Marhahúsleves kocka”, valamint a „Norbi Update húsleveskocka” csomagolásán feltüntetett „Csökkentett nátrium tartalommal” állítások valós, bizonyítékokon alapuló állítások. A termékek 25%-kal kevesebb nátrium-kloridot, illetve nátriumot tartalmaznak, mint a velük összehasonlítható termékek,
- a „Norbi Update ételízesítő” csomagolásán lévő „Jódozott őstengeri sóval”, valamint a „Norbi Update Marhahúsleves kocka” és a „Norbi Update „húsleveskocka csomagolásán feltüntetett „Finomított jódozott őstengeri sóval” állítás valós tájékoztatás, mivel a termékek gyártása során valóban finomított jódozott sót használnak.

51. A vizsgáló a KaFa-tex Kft. által forgalmazott „Norbi lisztkeverék nokedlikhez és tésztákhoz”, „Norbi lisztkeverék édes és sós süteményekhez” és „Norbi Update kenyérliszt” kapcsán megállapította,

- a „Norbi lisztkeverékek” csomagolásán feltüntetett „65%-kal kevesebb szénhidrát”, valamint „65%-kal kevesebb felszívódó szénhidrátot tartalmaz, mint a hagyományos gabonalisztek” közlés valós állítás,
- a „Norbi Update kenyérliszt” termék csomagolásán lévő „-90 % felszívódó szénhidrát!” felirat valós állítás,
- a különböző „Norbi lisztek” felszívódó szénhidrát-tartalmának a hagyományos gabonalisztek felszívódó szénhidrát-tartalmához viszonyított értékei alapján megállapítható, hogy a csomagoláson feltüntetett - hagyományos liszthez viszonyított - felszívódó szénhidrát-tartalom csökkenés mértékei valós állítások,
- a „Norbi Update” kenyérliszt terméken lévő „csoda” esetében az állítás elfogadható, figyelemmel arra is, hogy a Magyar Értelmező Kéziszótár szerint a „csoda” rendkívüliségeivel, ritkaságával ámulatba ejtő dolog, s a „csoda” jelzős szerkezetben való jelentését, különlegesnek vélt dolog. A „csoda” jelzőről a háziasszony a termék ritkaságára, különlegességére asszociál, ami az érintett lisztek nem lényeges sajátossága.

52. A vizsgáló az MG Europa Kft. által forgalmazott „Just Like Sugar” termék kapcsán megállapította,

- a termék csomagolásán feltüntetett „cukormentes cukor”, valamint „0 szénhidrát, 0 kalória!” feliratok valós állítások,
- a „100%-ban természetes!” felirat állítását az MG Europa Kft. nem tudta igazolni a termékhez elenyésző mennyiségben hozzáadott két alkotórész a C-vitamin és Kalcium esetében. A termék kiválasztása során a fogyasztó a termék lényeges tulajdonságaként a szénhidrát és kalória mentességet minősíti, valamint azt, hogy természetes alapanyagból cikóriából készül. A benne lévő C-vitamin és Kalcium azonban valóban olyan kis mennyiségben szerepel a termék összetevői között, hogy vélhetően a fogyasztó döntését nem befolyásolja a termék kiválasztása során.

53. A vizsgáló a Norbi.hu Kft. és a Norbi Update Worldwide Zrt. vonatkozásában megállapította,

- széleskörű, intenzív kommunikációs tevékenységük során állítanak a tudományosság látszatával, olyan szakmailag nem megalapozott tényeket, melyek azt sugallják a fogyasztó számára, hogy a tájékoztatásokban megbízhat. Teszik mindezt egy újonnan kialakuló piacon, ahol a fogyasztóknak nincs módjuk meggyőződni a tájékoztatás megbízhatóságáról. Nem várható el a fogyasztótól, hogy kételkedjen a tájékoztatások megbízhatóságában,
- az „Update” kódrendszer maga következetlen, több hibás értelmezést tartalmaz, ferdít,
- a Magyarországon még csak kialakulóban lévő életmódpiac alapvető fontosságú, hogy a fogyasztók bizalma ne vesszen el. A fogyasztói bizalom hiánya hosszútávon ugyanis önmagában káros hatásokkal járhat a piaci folyamatokra nézve. Jelentősége ennek azért kiemelkedő, mert a Norbi.hu Kft. vetette meg e piacon az alapokat, évekig egyedülként volt jelen (csupán 2007 márciusában indult a Súlykontroll program), ezért tőle fokozott felelősség várható el,
- a népszerű házaspár intenzív kommunikációjával „lépten-nyomon” találkozhat a fogyasztó, akkor is, ha nem kívánja alkalmazni az életmódrendszert,
- a népszerűséggel élve teszi mindezt, ezért fokozott felelősség várható el az állításainak valóságtartalma tekintetében,
- az „Update” életmódrendszerben jelentős piaci súllyal, ismert, megbízható márkával rendelkező társaságok termékei szerepelnek, ezzel is erősítve az „Update” rendszer hitelességét,
- az „Update” életmód rendszeren belül konkrét termékekre (élelmiszerekre) egészségre ható, valamint preventív hatással bíró állításokat tesz,
- az egészséges életmódot és a fogyást összemosza, ugyanakkor a fogyás eléréséhez olyan mesterséges anyagok – pl. mesterséges édesítőszer - alkalmazását ajánlja, amelyeket az egészséges életmód népszerűsítésének „oltárán” maga lát el negatív jelzőkkel.

54. A vizsgáló indítványozta

- a Vitapress Kft., a KaFa-tex Kft. és az MG Europa Kft. vonatkozásában annak megállapítását, hogy vizsgált magatartásuk nem ütközik a Tpv-t.-be,
- a Norbi.hu Kft. vonatkozásában jogsértés megállapítását és bírság kiszabását
 - a „Norbi lisztek” kapcsán tett, „a Norbi Update liszt tehát az egyik legnépszerűbb rákprevenciós eszköz” állítás miatt,
 - a termékeken feltüntetett „1 Update 0-24h nem hizlal” felirat alkalmazása miatt,
- a Norbi.hu Kft. vonatkozásában 2004-től, a Norbi Update Worldwide Zrt. vonatkozásában 2007 novemberétől jogsértés megállapítását és bírság kiszabását, miután mindkét eljárás alá vont üzleti gyakorlatának része az „Update” életmódrendszer és a beletartozó egyes termékek oly módon való kommunikációja, hogy a termékek lényeges tulajdonságait a fogyasztó a szükséges szakértelem hiányában nem tudja helyesen megítélni, bízik a tájékoztatásban foglaltak hitelességében.

VII. Jogi háttér

55. A Tpv. 8.§-a (1) bekezdésének első mondata szerint tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. Ugyanezen cikk (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 árjelzővel látják el, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak.

A Tpv. 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.

A Tpv. 10.§-a rögzíti, hogy tilos a fogyasztó választási szabadságát indokolatlanul korlátozó üzleti módszerek alkalmazása. Ilyen módszernek minősül különösen, ha olyan körülményeket teremtenek, amelyek jelentősen megnehezítik az áru, illetve az ajánlat valós megítélését, más áruval vagy más ajánlattal történő tárgyyszerű összehasonlítását.

A Tpv. 70.§-ának (1) bekezdés alapján a vizsgáló végzéssel vizsgálatot rendel el olyan tevékenység, magatartás vagy állapot észlelése esetén, amely a Tpv. rendelkezéseit sértheti, feltéve, hogy az eljárás a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe tartozik, és a közérdek védelme az eljárás lefolytatását szükségessé teszi. A végzésben meg kell jelölni azokat a körülményeket és magatartásokat, amelyek miatt az eljárás megindult.

A Tpv. 72.§-a (1) bekezdésének a) pontja szerint az eljáró versenytanács a vizsgáló jelentésének kézhezvételét követően az eljárást végzéssel megszünteti, ha a vizsgálat elrendelésére okot adó, a 70.§ (1) bekezdésében meghatározott körülmények nem állnak fenn, továbbá akkor, ha a vizsgálat során beszerzett bizonyítékok alapján nem állapítható meg törvénysértés, és az eljárás folytatásától sem várható eredmény; az eljárást megszüntető végzéssel szemben külön jogorvoslatnak van helye.

A Tpv. 74.§-ának (2) bekezdése szerint az eljáró versenytanács a tárgyaláson (illetve tárgyaláson kívül) a 72.§ (1) bekezdésének a) pontja szerinti esetekben az eljárást végzéssel megszüntetheti.

A Tpv. 77.§-ának (1) bekezdése értelmében az eljáró versenytanács határozatában d) megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését, f) megtilthatja a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását, i) megállapíthatja, hogy a magatartás nem ütközik a törvénybe.

Az eljáró versenytanács a Tpv. 78.§-ának (1) bekezdése alapján bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpv. rendelkezéseit megsérti. A bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve annak - a határozatban azonosított - vállalkozáscsoportnak a jogsértést megállapító határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja. A (3) bekezdés rögzíti, hogy 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.

A Tpv. 82.§-ának (1) bekezdése leszögezi, a vizsgálónak, illetve az eljáró versenytanácsnak az eljárás során hozott végzése ellen külön jogorvoslatnak csak akkor van helye, ha azt a törvény megengedi. A jogorvoslati kérelmet az ügyfél, illetve akire nézve a végzés rendelkezést tartalmaz, a végzés közzétételétől számított nyolc napon belül terjesztheti elő. A (3) bekezdés értelmében az eljáró versenytanács végzése elleni jogorvoslati kérelmet a Fővárosi Bíróság közigazgatási nemperes eljárásban bírálja el.

A Tpv. 83.§-ának (1) bekezdése szerint a versenyfelügyeleti eljárásban hozott határozat bírósági felülvizsgálata céljából való keresetindítás esetében a keresetlevelet a határozat közzétételétől számított harminc napon belül a Versenytanácsnál kell benyújtani, vagy ajánlott küldeményként postára adni.

56. A Grtv. 2.§-ának n) pontja szerint megtévesztő minden olyan reklám, amely bármi módon megtéveszti, illetve megtévesztheti azokat a személyeket akik felé irányul és ezzel befolyásolja magatartásukat vagy a reklámozóval azonos tevékenységet végző vállalkozás jogait sérti.

A Grtv. 7/A.§-ának (1) bekezdése értelmében összehasonlító reklám akkor tehető közzé, ha megfelel a (2) és (3) bekezdésben foglalt feltételeknek. A (2) bekezdés a) pontja szerint az összehasonlító reklám nem lehet megtévesztő. A (3) bekezdés rögzíti, hogy az összehasonlító reklám a) kizárólag azonos rendeltetésű vagy azonos szükségleteket kielégítő árukat hasonlíthat össze, b) tárgyilagosan köteles összehasonlítani az áruk egy vagy több lényeges, meghatározó, jellemző és ellenőrizhető tulajdonságát.

A Grtv. 15.§-ának (2) bekezdése szerint a Grtv. 7.§-ában, valamint a 7/A.§-ában foglaltakba ütköző reklám esetén a Tpv.-ben meghatározottak szerint a bíróság, illetve a Gazdasági Versenyhivatal jár el, azzal, hogy a 7/A.§ (2) bekezdésének b)-e) pontjában foglaltak megállapítása a bíróság, a (2) bekezdés a) pontjában foglaltak megállapítása a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe tartozik.

A Grtv. 17.§-ának (2) bekezdése értelmében ha a Gazdasági Versenyhivatal a Grtv. 15.§-ának (2) bekezdése alapján jár el, eljárására a Tpv. rendelkezéseit kell alkalmazni, a (3) bekezdésben, valamint a 19.§ (2) bekezdésében és a 19/A.§-ban foglalt eltérésekkel.

A Grtv. 17.§-ának (3) bekezdése kimondja, hogy a reklámozó indokolt esetben - az eset körülményeire való tekintettel, figyelemmel a reklámozó és az egyéb érdekelt törvényes érdekeire - a reklám ténybeli állításainak bizonyítására kötelezhető.

VIII. A Versenytanács döntése

57. A Tpv. a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartások tilalmazásával a gazdasági versenyt oly módon óvja, hogy nem engedi tisztességtelenül befolyásolni a fogyasztói döntés mechanizmusát. A fogyasztói döntés szabadsága hozzájárul a verseny hatásosságához. A fogyasztói döntés nem szabad, ha az információkeresési folyamatot egy vállalkozás tisztességtelenül befolyásolja. A tisztességtelen befolyásolás kihat vagy kihathat a fogyasztók azonos vagy egymást ésszerűen helyettesítő termékek közötti

választásának a folyamatára, s ezáltal a verseny alakulására, ezen keresztül pedig a versenytársakra.

58. A fogyasztók felé irányuló minden (reklámként vagy más módon megnyilvánuló) tájékoztatással szemben követelmény, hogy annak alapján a fogyasztó reális képet alkothasson az adott termékről (áruról, szolgáltatásról).

59. A Versenytanács a jelen ügyben, a vizsgálat által behatárolt körben a következők szerint foglalt állást:

**A Vitapress Kft. „Norbi Update ételízésítő”,
„Norbi Update Marhahúsleves kocka” és
„Norbi Update Tyúkhúsleves kocka” termékei**

60. A Versenytanács – a vizsgálati jelentéssel összhangban – megállapította, a Vitapress Kft. által forgalmazott a „Norbi Update ételízésítő” csomagolásán lévő „Csökkentett nátrium-klorid tartalmú” és a „Norbi Update Marhahúsleves kocka”, valamint a „Norbi Update húsleveskocka” csomagolásán feltüntetett „Csökkentett nátrium tartalommal” állítások, illetőleg a „Norbi Update ételízésítő” csomagolásán lévő „Jódozott őstengeri sóval”, valamint a „Norbi Update Marhahúsleves kocka” és a „Norbi Update „húsleveskocka csomagolásán feltüntetett „Finomított jódozott őstengeri sóval” állítások valós tájékoztatásnak minősülnek.

**A KaFa-tex Kft. „Norbi lisztkeverék nokedlikhez és tésztákhoz”,
„Norbi lisztkeverék édes és sós süteményekhez”,
„Norbi lisztkeverék palacsintákhoz” termékei, illetve
„Norbi Update kenyérliszt” terméke**

61. A Versenytanács a rendelkezésére álló, elé tárt adatok alapján egyetértett a vizsgálati jelentés azon megállapításával, amely szerint a KaFa-tex Kft. által forgalmazott „Norbi lisztkeverék nokedlikhez és tésztákhoz”, „Norbi lisztkeverék édes és sós süteményekhez” és „Norbi lisztkeverék palacsintákhoz” termékek, valamint a „Norbi Update kenyérliszt” csomagolásán feltüntetett „65%-kal kevesebb szénhidrát”, „65%-kal kevesebb felszívódó szénhidrátot tartalmaz, mint a hagyományos gabonalisztek”, illetve „-90 % felszívódó szénhidrát!” közlések valós állítások.

62. A „Norbi Update” kenyérliszt terméken lévő „csoda” közlés a Versenytanács megítélése szerint túlzó olyan állításnak minősíthető, amelynek a fogyasztók önmagában nem tulajdonítanak olyan tartalmat, amely alkalmas lenne a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására.

Az MG Europa Kft. „Just Like Sugar” terméke

63. Az MG Europa Kft. által forgalmazott „Just Like Sugar” termék csomagolásán feltüntetett „cukormentes cukor”, valamint „0 szénhidrát, 0 kalória!” feliratok a vizsgálat által a Versenytanács elé tártak szerint valós állításoknak minősülnek. A „cukormentes cukor” kifejezés esetében a Versenytanács megjegyzi, a fogyasztó tisztában van azzal, hogy az adott termék nem minősül hagyományos értelemben vett cukornak, hanem édesítőszer, s a termék

„cukor” jellegére történő utalást egy olyan nyilvánvalóan nem valós közlésként kezeli, amely nem alkalmas a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására.

64. Az MG Europa Kft. által forgalmazott „Just Like Sugar” termék csomagolásán szereplő „100%-ban természetes!” állítás kapcsán az MG Europa Kft. a vizsgálati szakaszban nem terjesztett elő olyan dokumentumot, amely egyértelműen igazolná, hogy a két alkotórész, a C-vitamin és Kalcium teljes egészében természetes eredetű. A termék esetében az eljárásnak kizárólag ebben a kérdésben történő folytatását, további eljárási cselekmények lefolytatását és ezzel az eljárás egészének elhúzását a Versenytanács nem tartotta indokoltnak, arra is figyelemmel, hogy az MG Europa Kft. és a Norbi.hu Kft. rövid ideig fennálló együttműködése még 2006-ban megszakadt.

A Norbi.hu Kft.-nek az ételízesítők, leveskockák kapcsán adott tájékoztatása

65. A termékeket, vállalkozásokat összehasonlító reklámok kiemelkedő jelentőséggel bírnak a fogyasztók tájékozottsága szempontjából, mivel a fogyasztókat mentesíthetik a piaci tájékozódás egyes terhei alól, elősegítik, hogy a fogyasztók megfelelő piaci áttekintéssel rendelkezzenek, ezzel a vállalkozások közötti versenyt is élénkítve. Az ilyen, adott esetben objektívként jelentkező adatokat tartalmazó és ennek révén a fogyasztók számára az átlagosnál nagyobb meggyőző hatást gyakorló reklámok ugyanakkor olyan veszélyeket is magukban rejtnek, amelyek különleges jogszabályi rendelkezések meghozatalát teszik szükségessé, amelyeket a Grtv. tartalmaz.

66. A Grtv. 2.§-ának o) pontjában szereplő meghatározásra figyelemmel megállapítható, hogy a törvény szerinti összehasonlító reklámról csak abban az esetben beszélhetünk, ha a reklám közvetlenül vagy közvetve, de a fogyasztó számára egyértelműen felismerhetővé tesz egy másik vállalkozást vagy egy másik árut. Ennek hiányában a reklám nem minősül a Grtv. szerinti összehasonlító reklámnak, legfeljebb csak olyan összehasonlítást tartalmazó reklámnak, amely valamennyi versenytárrsal, versenyző termékkel szemben fogalmazza meg állításait.

A vizsgált, a leveskockákra, ételízesítőkre vonatkozó tájékoztatások nem minősülnek a Grtv. szerinti összehasonlító reklámnak, mivel nem tettek felismerhetővé egy másik vállalkozást vagy egy másik terméket.

67. A fogyasztók megtévesztésére alkalmas, a Tpv. 8.§-ába ütköző magatartás tanúsítása csak a saját termékkel kapcsolatosan követhető el: a vállalkozás saját áruja tekintetében ad valótlan vagy hiányos tájékoztatást, elhallgatja annak lényeges hiányosságait stb.

A jelen esetben a vizsgált tájékoztatások elsődlegesen nem a saját áru, hanem a versenyző termékek vonatkozásában fogalmazták meg állításaikat, ugyanakkor a tájékoztatások üzenete nem egyszerűen a más, meg nem nevezett versenyző termékek, e termékek egyes összetevői vonatkozásában fogalmazódott meg, hanem az egyben a saját „Update” termékek (illetőleg az „Update” rendszer egésze) vonatkozásában is hordozott üzenet.

68. A Norbi.hu Kft. nem tárt a Versenytanács elé olyan bizonyítékokat, amelyek valamennyi versenyző termék vonatkozásában igazolnák, hogy az azokra tett állítások megfelelnek a valóságnak (kispórolják belőlük a fűszereket, s helyettük nátrium-glutamáttal töltik meg a zacskókat, a termékek kiváltják a „kínai étterem jelenséget” stb.).

69. Rendelkezésre áll az OÉTI véleménye, amely több kifogást fogalmazott meg a 18. pontban ismertetett, az interneten közzétett és a Flyerz magazinban megjelentetett tájékoztatások kapcsán, mivel azok a valóságnak meg nem felelő, illetve pontatlan tájékoztatásokat adtak, így különösen

- megalapozatlan az az állítás, amely szerint „kispórolják” a fűszereket a leveskockákból, hiszen azok tartalmaznak szárított zöldségeket és fűszereket, fűszerkivonatokat, nem helytálló közlés, hogy nátrium-glutamáttal (E621) „töltik tele” a zacskót,
- a glükonát és a glutamát nem összecserélhető, s egyik sem minősíthető „szintetikus drog”-nak,
- az ún. „kínai étterem szindrómaként” ismert tünetegyüttest összefüggésbe hozzák a glutamát fogyasztással, de az ok-okozati összefüggést placeboval ellenőrzött kettős vakpróbával nem igazolt, szaporodási zavarokra utaló tüneteket többgenerációs állatkísérletekben sem tapasztaltak, s az „utódok butulásával” kapcsolatos megjegyzést sem alátámasztott,
- a leveskockák, ételízesítők adalékanyagaival kapcsolatban a tájékoztatások pontatlan információkat tartalmaznak, ezen termékek aromái nem mesterséges aromák, s a vizsgált tájékoztatásokban említett édesítőszer hozzáadása nem jellemző,
- a nátriumklorid (konyhasó) túlzott fogyasztása számos betegség kialakulásában fontos kockázati tényező, ugyanakkor a leveskockákat, ételízesítőket nem fogyasztják önmagukban,
- a glutaminsav és a nátriumglutamát szagtalan, enyhe jellegzetes ízű anyag Nem ismert olyan mértékadó ismertető leírás, amely szerint elnyomják az ízbeli hibákat,
- az ammonium szulfitos karamell (E150d) színezék a JECFA által végzett toxikológiai értékelés szerint biztonságga alkalmazható élelmiszer színezék. A vizsgált tájékoztatásokban hivatkozott tüneteket a tudományos követelményeknek megfelelően végzett állatkísérletekben nem tapasztalták. Felhasználását a közösségi előírások, köztük a magyar és osztrák rendelkezések egyaránt az élelmiszerek széles körében engedélyezik (tehát nem igaz, hogy csak a barna sörben).

A Versenytanács e körben nem fogadta el a Norbi.hu Kft. előadásait, amelyek nem voltak alkalmasak arra, hogy a Versenytanácsban kétséget ébresszenek az OÉTI véleményében tett megállapítások helytállóságát illetően.

70. A tájékoztatások összehasonlítása alapján megállapítható, hogy a Norbi.hu Kft. magatartásának célja nem egyszerűen a fogyasztók tájékoztatása volt az ételízesítőkkal és leveskockákkal (a nem „Update” ételízesítőkkal és leveskockákkal) kapcsolatban, hanem az „Update” ételízesítők és leveskockák, illetőleg magának az „Update” rendszernek a népszerűsítése oly módon, hogy a nem „Update” ételízesítők és leveskockák vonatkozásában azok állítólagos kedvezőtlen tulajdonságait emeli ki. Tette ezt olyan módszert alkalmazva, hogy a versenyző termékekről valóságnak meg nem felelő, illetve pontatlan információkat tett közzé, amely egyben azt is jelenti, hogy a fogyasztók saját áru vonatkozásában történő befolyásolására tisztességtelenül történt.

A Norbi.hu Kft. olyan üzleti módszert alkalmazott a fogyasztói döntések befolyásolása érdekében, amely a fogyasztók választási szabadságát indokolatlanul korlátozta, olyan körülményeket teremtve, amelyek jelentősen megnehezítették az „Update” ételízesítők és leveskockák más áruval történő tárgyszerű összehasonlítását.

71. Az a körülmény sem szüntette meg a vállalkozás versenyjogi felelősségét, hogy tájékoztatásaiban feltüntette egyes állításainak forrását, az adott honlapokról szó szerint átvéve szövegeket. Az egyik honlap esetében nem állapítható meg, hogy milyen szakmai

háttérrel rendelkezik, azon csak egy korlátolt felelősségű társaság kerül feltüntetésre mint üzemeltető, illetve az „Orvosi szemmel” oldal semmilyen tartalommal sem bír. A másik honlap egy társadalmi mozgalom honlapja, amelynek célja a társadalmi szervezetek közötti kapcsolattartás, s amely (egyébiránt színvonalas) honlap egy tudományosnak tűnő, kategorikus, a fogyasztók befolyásolását célzó állítást nyilvánvalóan nem alapozhat meg. A harmadik forrásként feltüntetett honlapot egy angol műszaki fordítással és honlapkészítéssel foglalkozó vállalkozás működteti.

A vállalkozások fogyasztók befolyásolását célzó piaci magatartásaiért fennálló versenyjogi felelősségének körében az ilyen (igen sokféle tartalmú és irányultságú információt elérhetővé tevő interneten fellelt) források felhasználása a jogsértés vonatkozásában nem bír az megszüntető erővel. Önmagában e források felhasználásával és feltüntetésével a Norbi.hu Kft. sem tett eleget azon követelménynek, hogy a fogyasztói döntések befolyásolása tisztességesen történjék.

72. A Versenytanács nem tudta elfogadni a Flyerz magazin 2006. december 14-20-i, 2007. január 4-10-i és 2007. január 11-17-i számában az „Update” életmódrendszer részét képező ételízesítőkkal, leveskockákkal összefüggésben közzétett tájékoztatásokkal kapcsolatban előadott azon védekezést, hogy azok szerkesztőségi anyagok voltak, nem reklámok, illetőleg azokat a megjelenés előtt az újságíró átolvasás és kijavítás céljából nem küldte meg részére.

A tájékoztatások már a tájékoztatások magazinban történő megjelenését megelőzően közzétették a Norbi.hu Kft. internetes honlapján, amelyből megállapíthatóan e tájékoztatásoknak előzetes ismertnek kellett lennie a Norbi.hu Kft. előtt, abban módosítást eszközölhetett. A lapban történt megjelenés megelőző közzététellel az abban foglaltakat a magáénak ismerte el, függetlenül attól, hogy azt az újságíró írta-e le vagy sem. Megjegyzi egyébiránt a Versenytanács, a Norbi.hu Kft. a Gazdasági Versenyhivatalhoz 2007. június 5-én benyújtott beadványában (Vj-80/2007/17.) maga is akként nyilatkozott, hogy a webes és a Flyerz magazinban megjelent anyagokat a Norbi.hu Kft. készítette.

Kiemelendő továbbá, a Norbi.hu Kft. versenyjogi felelősségét az sem szünteti meg, hogy a nyilvánvalóan az ő gazdasági érdekeit szolgáló www.norbiupdate.hu internetes honlapot állítása szerint nem ő, hanem egy reklámcég szerkeszti. Ez a vállalkozás értelemszerűen a Norbi.hu Kft. megbízása alapján, az ő érdekében jár el.

73. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, a Norbi.hu Kft. a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást tanúsított a 2006. november 1-jétől 2007. 26-ig internetes honlapján, illetőleg a Flyerz magazin 2006. december 14-20-i, 2007. január 4-10-i és 2007. január 11-17-i számában az „Update” életmódrendszer részét képező ételízesítőkkal, leveskockákkal összefüggésben közzétett tájékoztatásokkal. A Norbi.hu Kft. magatartásával megsértette a Tpv. 10.§-át.

Az interneten közzétett tájékoztatások vonatkozásában a Versenytanács kizárólag azt az időszakot vette figyelembe, amely alatt a tájékoztatások bizonyítottan elérhetőek voltak.

74. Megjegyzi a Versenytanács, a vállalkozásnak joga van a bulvársajtóban szokásos módszerekkel élni (amint azt a Norbi.hu Kft. is teszi nyilatkozata szerint), feltéve, hogy ez nem minősül a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas, a Tpv. III. fejezetébe ütköző magatartásnak.

75. A vizsgáló jogsértés megállapítását indítványozta azzal kapcsolatban is, hogy az üzleti gyakorlat része az „Update” életmódrendszer és a beletartozó egyes termékek oly módon való kommunikációja, hogy a termékek lényeges tulajdonságait a fogyasztó a szükséges

szakértelem hiányában nem tudja helyesen megítélni, bízik a tájékoztatásban foglaltak hitelességében.

A Versenytanács szerint önmagában az nem kifogásolható, hogy egy vállalkozás az általa kínált termékről, szolgáltatásról olyan tájékoztatást tesz közzé, amelyet a fogyasztók a szükséges szakértelem vagy eszközök hiányában nem tudnak megítélni. A jogsértés akkor állapítható meg, ha ehhez valamilyen, a Tpv. III. fejezetébe ütköző, konkrétan beazonosított magatartás társul, e téren ugyanakkor a Versenytanács kizárólag a vizsgálat által egyértelműen érintett magatartási körre szorítkozhatott.

A Flyerz magazin 2007. február 1-7-i számában megjelentett tájékoztatás

76. A Flyerz magazin 2007. február 1-7-i számában megjelentett tájékoztatás egyebek között azt állította, hogy „a Norbi Update liszt tehát az egyik legnépszerűbb rákprevenciós eszköz.”

77. A tájékoztatás elkészültével és közzétételével kapcsolatban a Versenytanácsnak ellentmondó adatok, nyilatkozatok álltak rendelkezésre. A tényállás tisztázásához további eljárási cselekményeknek a törvény szerinti elintézési határidő jelentős túllépését eredményező elvégzésére lett volna szükség, azzal, a Versenytanács nem látta valószínűsíthetőnek ennek eredményességét a kizárólag egy alkalommal megjelent tájékoztatás kapcsán.

Az „Update” életmódszere részét képező termékeken feltüntetett „1 Update 0-24 h nem hizlal” jelölés

78. A versenyfelügyeleti eljárás során beszerzett nyilatkozatból ismert, hogy az elmúlt években megváltozott az „Update” termékek csomagolásán elhelyezett logó, azokról lekerült a korábban alkalmazott „nem hizlal!” közlés. Ebből megállapíthatóan egyes „Update” termékek csomagolásán kétségtelenül szerepelt a „nem hizlal!” közlés, amely az OÉTI-nek a Vj-199/2004. számú ügyben ismertetett véleményéből megállapíthatóan szakmailag elfogadhatatlan. Ennek ellenére a Versenytanács a jelen eljárásban nem tudta ezzel kapcsolatban megállapítani a Norbi.hu Kft. versenyjogi felelősségét, mivel a Versenytanács előtt a vizsgálat által elé tárt adatokból nem ismert, hogy

- az elmúlt években konkrétan mely termékek csomagolásán, mikortól meddig került alkalmazásra a „nem hizlal!” közlés,
- az egyes termékek csomagolása pontosan mikor, milyen módon változott meg,
- a termékek csomagolása tartalmának meghatározásában a Norbi.hu Kft.-nek és az adott termék forgalmazójának milyen szerepe volt,
- a „nem hizlal!” közlés milyen fogyasztói kör döntésnek befolyásolására alkalmas tekintettel arra is, hogy az elmúlt években az „Update” rendszer egyre ismertebb lett.

E vonatkozásban további eljárási cselekmények lefolytatásának lenne helye, ugyanakkor a Versenytanács ezek lefolytatását – a Tpv. által megszabott eljárási határidőre is tekintettel – nem tartotta szükségesnek, figyelemmel arra is, hogy

- a jelen eljárásban konkrétan érintett termékek csomagolásán a „nem hizlal!” közlés nem került elhelyezésre,
- a „nem hizlal!” közlést is tartalmazó logók a Norbi.hu Kft. nyilatkozata szerint az elmúlt időszakban folyamatosan módosításra kerültek valamennyi termék esetében.

A Norbi Update Worldwide Zrt. vizsgált magatartásának megítélése

79. A Norbi Update Worldwide Zrt. által kiadott, „Norbi Update – Minden, amit a fogyásról tudok” című könyv borítójának elő- és hátsó lapján, illetőleg 1. oldalán egyaránt szereplő, „tudományosan alátámasztott” közlés az „Update” rendszer egészéről fogalmazza meg azt az állítást, hogy az tudományosan alátámasztott (a kötet 1. oldala egyértelműen azt tartalmazza, hogy „tudományosan alátámasztott ... a teljes Norbi Update-módszer”).

A Versenytanács nem tartotta szükségesnek annak vizsgálatát, hogy – amint azt a Norbi Update Worldwide Zrt. előadta – az „Update” életmódrendszer alapját képező hat elvrendszer külön-külön tudományosan alátámasztott-e vagy sem, illetőleg az életmódrendszerrel kapcsolatos érveket egyenként már megfelelően alátámasztották-e tudományosan vagy sem, mivel a „tudományosan alátámasztott” állítás az „Update” mint egy sajátos, más megoldásoktól éppen rendszerjellege, egésze által eltérő életmódrendszer vonatkozásában fogalmazódott meg – amely esetében a Norbi Update Worldwide Zrt. által is elismerten csak most dolgoznak azon, hogy összességében bizonyítást nyerjen.

80. Az „Update” rendszer esetében jelenleg tudományos alátámasztottságról nem lehet beszélni.

A tudományos alátámasztottság hiányát igazolja

- a Magyar Táplálkozástudományi Társaság előadása, amely szerint Schobert Norbert lektorált cikket nem jelentett meg, s kontrollált vizsgálatot sem végzett, így munkássága a tudományos értékelés megszokott módszereivel nem értékelhető,
- a Magyar Dietetikusok Országos Szövetsége, amely szerint Schobert Norbert életmódrendszerével kapcsolatban soha nem jelent meg szakmai folyóiratban publikáció, nem készült az evidence based medicine alapján tudományos vizsgálat a módszeréről. Többféle táplálkozási irányzat, divatos étrend fedezhető fel az „Update” módszerben, de ezek között logikai összefüggés, szakmai szempontok szerinti rendszer nem azonosítható. Az „Update” életmódrendszer hosszú távon való alkalmazásáról, az egészség megőrzésének befolyásolásáról szakmai véleményt alkotni nem tudott,
- az eseti szakértőként felkért prof. Dr. Halmy László véleménye, amelyből szintén az állapítható meg, hogy a bizonyítékokon alapuló orvoslás (evidence based medicine) elvárásainak megfelelő elemzés diétás módszerre vonatkozóan a hazai körülmények miatt jelen időpontig nem történt meg az „Update” módszer kapcsán, adatszerű vizsgálat az étrend hatásáról nem történt, s a hosszú távú eredményesség (mint más étrendi kezelések esetében is) adatszerűen csak évek múlva állapítható meg. A szakvélemény szerint is csak hipotézisszerűen valószínűsíthető, hogy az „Update” módszer az egészség megőrzésében és esetleges fejlesztésében szerepet játszhat. Dr. Halmy László a „Norbi Update – Minden, amit a fogyásról tudok” című könyvhöz írott előszavában ugyancsak arra hívta fel a figyelmet, „minden módszer a gyakorlati próbák során bizonyítja be értékállóságát, és hozza meg a jó eredményeket. Nyilvánvaló, hogy a „Norbi Update” népes táborának visszajelzései szükségesek a végső értékeléshez”, amely szintén azt mutatja, hogy az „Update” módszer egésze kapcsán adatszerű vizsgálatra még nem került sor,
- a Norbi.hu Kft.-vel és a Norbi Update Worldwide Zrt. a Versenytanács tárgyalásán maga adta elő, hogy „az életmódrendszerrel kapcsolatos érveket már egyenként megfelelően alátámasztották, most dolgoznak azon, hogy összességében ezek bizonyítást nyerjenek”, illetőleg „az életmódrendszer alapját képező hat elvrendszer

vonatkozásában az bátran állítható, hogy azok tudományosan alátámasztottak külön-külön magukban. Itt természetesen az életmódrendszer egésze vonatkozásában kell még lefolytatni a függőben lévő kutatásokat” – miközben a „tudományos alátámasztott közlés már az a látszatot keltette, mintha az „Update” életmódrendszer egésze már tudományos vizsgálatok tárgya lett volna, s azzal kapcsolatban tudományos szinten valamilyen egyetértés, elfogadottság alakult volna ki, amely a Magyar Táplálkozástudományi Társaság és a Magyar Dietetikusok Országos Szövetsége előadásából megállapíthatóan nem áll fenn.

81. A fentiekben nem változtat az a körülmény, hogy a Norbi.hu Kft. és a Népegészségügyi Tudományos Társaság között egy együttműködési megállapodás jött létre 2005-ben, s a Népegészségügyi Tudományos Társaság akként nyilatkozott, hogy „eddig hatásvizsgálataink alapján tudományosan megalapozottnak tartjuk az Ön által részben kifejlesztett, részben pedig a táplálkozástudományi szakma eredményeit felhasználó módszerét.” E nyilatkozat tartalmát a Norbi.hu Kft., illetve a Norbi Update Worldwide Zrt. nem támasztotta alá semmilyen vizsgálati anyaggal, miközben a nyilatkozatokból megállapítható, az együttműködési megállapodás eredményeként még nem került lefolytatásra és kiértékelésre egy tudományosnak minősíthető vizsgálat az „Update” rendszerről. A Népegészségügyi Tudományos Társaság előadása szerint „a hatásvizsgálatok befejezéséhez a kontroll-csoport mintegy 6 hónapos vizsgálata szükséges”, melynek még a tematikája sem került megállapításra – miközben a következőes bírói és versenytanácsi gyakorlat szerint a fogyasztókhöz eljuttatott információk valóságtartalmát minden esetben a közreadójának kell igazolnia [ez következik a Grtv. 17.§-ának (3) bekezdéséből is], amely követelménynek a Norbi Update Worldwide Zrt. nem tett eleget.

82. Kiemeli a Versenytanács, a Norbi Update Worldwide Zrt.-nek már az állítás közzététele előtt rendelkeznie kellett volna olyan egyértelmű tudományos vizsgálati eredménnyel, amely a tudományos alátámasztottság tényét alátámasztotta volna, azonban ilyen eredmény sem akkor, sem most nem ismert.

83. Ugyancsak nem ad alapot a tudományos jelleg keltéséhez a Norbi Update Worldwide Zrt. és az Oganga Egészségügyi Szolgáltató Bt. között létrejött megállapodás, amelynek szerződésben rögzített célja „a legfrissebb kutatási eredmények figyelembevételével az életmódrendszer tudományos ismérvekkel való támogatása, megszilárdítása.” Az együttműködési szerződés eredményei még nem kerültek dokumentálásra. Megjegyzi a Versenytanács, 12 fiúgyermeket kezdtek el vizsgálni (a hatásvizsgálat befejezéséhez az Oganga Egészségügyi Szolgáltató Bt. nyilatkozata szerint további több hónap vizsgálat szükséges), miközben a „Norbi Update – Minden, amit a fogyásról tudok” című könyv kifogásolt állítása nem kizárólag a 7-11 éves fiúgyermekeket célozza meg, így egy ilyen vizsgálat megállapításai valószínűsíthetően nem adhatnak alapot általános, minden fogyasztói körre kiterjedő megállapítások megtételéhez.

84. Szintén nem alapozza meg a „tudományos alátámasztott” kijelentés alkalmazását a Dr. Halmy László által az „Update” életmódrendsszer kapcsolatban készített, 2007. január 30-i keltezésű irat, amelyek egyrészt az „Életmód” menük érzékszervi észlelése, másrészt e menük tápanyagtartalmának értékelése tárgyában születtek.

85. A Versenytanács nem fogadta el a Norbi Update Worldwide Zrt. azon előadását, amely szerint megkülönböztetendő a „tudományosan alátámasztott” és a „tudományosan bizonyított” kifejezések fogyasztók általi értelmezése.

A Versenytanács nem vitatja, hogy egy alapos nyelvészeti megközelítés szempontjából megalapozott lehet Dr. Fodor Katalin egyetemi docensnek a Norbi Update Worldwide Zrt.

megbízására készített véleménye, ugyanakkor a vállalkozások által a fogyasztóknak nyújtott tájékoztatásokban használt kifejezéseknek a mindennapi életben a fogyasztók által elfogadott általános jelentése az irányadó annak megállapításánál, hogy a tájékoztatás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas-e (Tpv. 9.§). Amint azt éppen dr. Fodor Katalin állapította meg a „tudományosan alátámasztott” és a „tudományosan bizonyított” kifejezésekkel kapcsolatban, „a mindennapi nyelvhasználatban, kissé felületesen, sokan gyakran azonosan értelmezik őket.” Ugyanígy nyilatkozott a Norbi Update Worldwide Zrt. is, amely szerint a laikus köznyelvben nagyon hasonlít egymásra a két kifejezés.

A Versenytanács megítélése szerint a fogyasztók nem tesznek különbséget a „tudományosan alátámasztott” és a „tudományosan bizonyított” kifejezések között, mindkettő ugyanazt közvetíti számukra, azt, hogy az adott kérdésben tudományos vizsgálatok történtek és zárultak le, nagy tömegű bizonyító értékű adatok állnak rendelkezésre, s a tudomány oldaláról fennáll egyfajta szakmai elfogadottság. Ez a jelen esetben nem áll fenn.

86. A Versenytanács nem osztotta a Norbi Update Worldwide Zrt. védekezését, amely szerint ha a tudomány a két kifejezést elhatárolja, akkor a Versenytanácsnak is el kell határolnia azokat.

A közzétett tájékoztatás nem a tudomány képviselőit, nem a nyelvészeket célozta meg, hanem a laikus fogyasztókat, márpedig azok – amint az az előzőekben kifejtésre került – érdemben nem különböztetik meg a két kifejezést.

87. A Versenytanács nem tartotta elfogadhatónak a Norbi Update Worldwide Zrt. azon előadását sem, hogy a kifogásolt kitétel elsősorban a versenytársakat érinti, a számukra szóló üzenetet fogalmaz meg. Az állítások alkalmazásuk körülményeiből adódóan nem a versenytársak, hanem a fogyasztók számára közvetítették a megalapozatlan üzenetet.

88. A fentiek alapján a Versenytanács megállapította, a Norbi Update Worldwide Zrt. a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított, amikor az általa kiadott, „Norbi Update – Minden, amit a fogyásról tudok” című könyvben tett közlések arról tájékoztatták a fogyasztókat, hogy az „Update” életmódrendszer „tudományosan alátámasztott”, megsértve ezzel a Tpv. 8.§-ának (1) bekezdését, illetve a (2) bekezdés a) pontját.

89. A Versenytanács megjegyzi, a vizsgálat a Versenytanács elé nem tárt olyan bizonyítékokat, amelyek alapján kétséget kizáróan megítélhető lett volna, hogy önmagában a kódrendszer, annak alkalmazása szakmailag megalapozottnak tekinthető-e, így e tárgyban a Versenytanács nem tudott állást foglalni.

A Versenytanács döntése

90. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, hogy nem ütközött a Tpv. -be, amikor

- a Vitapress Kft. által forgalmazott „Norbi Update ételízésítő” csomagolásán a fogyasztók arról kaptak tájékoztatást, hogy a termék csökkentett nátrium-klorid tartalmú, s jódozott östengeri sóval készült,
- a Vitapress Kft. által forgalmazott „Norbi Update Marhahúsleves kocka” és „Norbi Update húsleveskocka” csomagolásán a fogyasztók arról kaptak tájékoztatást, hogy a termékek csökkentett nátrium tartalommal bírnak, s finomított jódozott östengeri sóval készültek,

- a KaFa-tex Kft. által forgalmazott „Norbi lisztkeverék nokedlikhez és tésztákhoz”, „Norbi lisztkeverék édes és sós süteményekhez” és „Norbi lisztkeverék palacsintához” termékek csomagolásán az került feltüntetésre, hogy a termékek 65%-kal kevesebb szénhidrátot tartalmaznak, illetve 65%-kal kevesebb felszívódó szénhidrátot tartalmaznak, mint a hagyományos gabonalisztek,
- a KaFa-tex Kft. által forgalmazott „Norbi Update kenyérliszt” termék csomagolásán az a közlés került elhelyezésre, hogy „-90 % felszívódó szénhidrát!”, illetve „csoda”,
- az MG Europa Kft. által forgalmazott „Just Like Sugar” termék csomagolásán feltüntetésre került a „cukormentes cukor” és a „0 szénhidrát, 0 kalória!” közlés.

91. Megállapította továbbá a Versenytanács, a Norbi.hu Kft. a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást tanúsított a 2006. november 1-jétől 2007. 26-ig internetes honlapján, illetőleg a Flyerz magazin 2006 december 14-20-i, 2007. január 4-10-i és 2007. január 11-17-i számában az „Update” életmódrendszer részét képező ételízesítőkkel, leveskockákkal összefüggésben közzétett tájékoztatásokkal.

92. Azt is megállapította Versenytanács, a Norbi Update Worldwide Zrt. a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított, amikor az általa 2007-ben kiadott, „Norbi Update – Minden, amit a fogyásról tudok” című könyvben tett közlések arról tájékoztatták a fogyasztókat, hogy az „Update” életmódrendszer „tudományosan alátámasztott”.

93. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló, az Európai Parlament és a Tanács 2005/29/EK Irányelvének (a továbbiakban: Irányelv) 19. cikke szerint a tagállamok elfogadják és kihirdetik azokat a törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezéseket, amelyek szükségesek ahhoz, hogy ennek az irányelvnek 2007. június 12-ig megfeleljenek. A tagállamok 2007. december 12-től alkalmazzák ezeket az intézkedéseket. Mivel az Irányelvnek történő megfelelést szolgáló jogszabály 2007. december 12-ét követően a jelen határozat meghozataláig nem lépett hatályba, a Versenytanács szükségesnek látta megvizsgálni, hogy a vizsgált magatartásokat az Irányelv közvetlenül hatályos tartalmú rendelkezései alapján nem kell-e a Norbi.hu Kft.-re és a Norbi Update Worldwide Zrt.-re nézve kedvezőbb módon értékelni. Ennek során a Versenytanács különös figyelemmel volt az Európai Közösségek Bíróságának ítéleteiben foglaltakra, amelyek szerint „az irányelv önmagában nem róhat kötelezettséget egyénre, és irányelvi rendelkezés nem hivatkozható egyénnel szemben”¹, ugyanakkor „egy, az irányelvekben foglalt végrehajtási intézkedést határidőre ki nem bocsátó tagállam az egyénnel szemben nem hivatkozhat arra, hogy önmaga az ebből az irányelvből keletkező kötelezettségeit nem teljesítette. Ennek értelmében az egyének a határidőre kiadott végrehajtási intézkedések hiányában valamennyi, államon belüli, nem irányelv-konform előírással szemben hivatkozhatnak egy olyan irányelv rendelkezéseire, amelyek tartalmi szempontból feltétel nélküliek és kielégítően pontosnak tűnnek...”²

A Versenytanács a Norbi.hu Kft. és a Norbi Update Worldwide Zrt. által tanúsított magatartás Irányelv szerinti értékelése során - tekintettel a szabályok érdemi hasonlóságára - megállapította, hogy a vizsgált magatartás Tpv. szerinti értékeléséhez képest az Irányelv rendelkezéseinek figyelembe vétele sem eredményez enyhébb elbírálást.

A Versenytanács megjegyzi, amint az a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf. 27.170/2007/6. számú, a Vj-133/2006. számú ügyben hozott ítéletében megállapította, „az üzleti vállalkozásoknak a fogyasztókkal szemben a belső piacon folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló 2005/29/EK számú Irányelv szabályozási modellje szerint biztosítani kell, hogy a piac a végső felhasználók döntéséhez szükséges információkat rendelkezésre bocsássa, valamint

¹ C-91/92. sz. ügy, *Dori (Faccini) kontra Recreb Srl* EBHT [1994] I-3325

² 8/81. sz. ügy, *Becker* EBHT [1982] 00053

garantálni kell, hogy a fogyasztók a döntéseiket a piacon lévő ellenérdekű félnek a megtévesztő, illetve agresszív, vagyis manipulatív értékesítési stratégiáitól mentesen hozzák meg. Az Irányelv szerint megtévesztő az olyan kereskedelmi gyakorlat, amely bármilyen formában félrevezeti vagy félrevezetheti az átlagos fogyasztót úgy, hogy az ténylegesen vagy valószínűleg olyan ügyleti döntést hozzon, amelyet egyébként nem hozott volna meg.”

94. A Versenytanács – figyelemmel a határozat 64., 77. és 78. pontjaiban foglaltakra – külön végzésben megszüntette a versenyfelügyeleti eljárást

- az MG Europa Kft. által forgalmazott „Just Like Sugar” termék csomagolásán szereplő „100%-ban természetes!” állítás kapcsán,
- a Norbi.hu Kft. esetében az „Update” termékek csomagolásán elhelyezett „nem hizlal!” közlés és a Flyerz magazin 2007. február 1-7-i számában megjelent, a „Norbi Update lisztkeverék” kapcsán megjelent tájékoztatás vonatkozásában.

95. A Versenytanács a Norbi Update Worldwide Zrt. esetében a jogsértés Tpvt. 77.§-a (1) bekezdésének d) pontja alapján történő megállapítása mellett a jogsértő magatartás további folytatását ugyanezen bekezdés f) pontjára alapítottan megtiltotta a határozat kézhezvételétől számított 60 nap elteltével. Ez azt jelenti, hogy ettől az időponttól a fogyasztók számára nem lehet elérhető a „Norbi Update – Minden, amit a fogyásról tudok” című könyv olyan példánya, amelyen szerepel a „tudományosan alátámasztott” állítás. A Norbi.hu Kft. köteles ennek megvalósítása érdekében intézkedni, azzal, hogy a jogsértő állítástól megfosztott könyv további forgalmazását lehetővé tevő megoldást szabadon választhatja meg (pl. a borítón és az 1. oldalon szereplő közlések címkével történő letakarása).

96. A Versenytanács bírságot szabott ki a Norbi.hu Kft.-vel és a Norbi Update Worldwide Zrt.-vel szemben a Tpvt. 78.§-ának (1) bekezdése alapján.

97. A Norbi.hu Kft.-vel kiszabott bírság összegének megállapítása során a Versenytanács a reklámköltségek figyelembe vételét nem tartotta indokoltnak, tekintettel arra, hogy a részben a saját internetes honlapon megvalósított jogsértő magatartás tanúsításával kapcsolatban felmerült költség nem ad reális képet a magatartás súlyáról.

A Versenytanács figyelemmel volt arra, hogy

- a jogsértő magatartás több hónapon keresztül fejtette ki hatását a fogyasztói döntésekre,
- a jogsértő magatartás több piacon fejtette ki hatását (ételízesítők, leveskockák, az elhízás, illetve a túlsúly csökkentése, megszüntetése kínált termékek, szolgáltatások piaca).

A Versenytanács súlyosító körülményként értékelte, hogy a Norbi.hu Kft. esetében korábban (a Vj-57/2006. számú eljárásban) már megállapításra került, hogy a Tpvt. III. fejezetébe ütköző magatartást tanúsított.

98. A Norbi Update Worldwide Zrt.-vel szemben kiszabott bírság összegének megállapítása során a Versenytanács figyelemmel volt arra, hogy

- a jogsértő magatartás több hónapon keresztül fejtette ki hatását a fogyasztói döntésekre,
- a jogsértő magatartás több piacon fejtette ki hatását (az elhízás, a túlsúly csökkentése, megszüntetése kínált termékek, szolgáltatások, illetve az „Update” életmódrendszer részeként forgalmazott „Update” terméke piaca).

A Versenytanács figyelembe vette a megjelent, illetőleg az eladott könyvek (részleteit tekintve üzleti titoknak minősülő) példányszámát is, ugyanakkor azáltal, hogy a könyv borítóján is megjelent a jogsértő állítás, az nemcsak a könyvet megvásárló fogyasztók döntéseire gyakorolhatott befolyást, hanem a könyveket értékesítő boltokban ennél jóval szélesebb körben volt észlelhető, illetőleg egy megvásárolt könyvet sem kizárólag egy személy olvashat el, s mindezek révén az állítás jóval szélesebb körben fejthette ki hatását.

99. A bírságot a határozat kézhezvételétől számított harminc napon belül kell megfizetni, függetlenül attól, hogy a határozattal szemben keresetet terjesztenek-e elő. A közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) 110.§-ának (1) bekezdése szerint a keresetlevél benyújtásának a döntés végrehajtására nincs halasztó hatálya, az ügyfél azonban a keresetlevélben a döntés végrehajtásának felfüggesztését kérheti. A végrehajtást a kérelem elbírálásáig a Versenytanács nem foganatosíthatja.

A Ket. 138.§-a (1) bekezdésének a) pontja szerint a pénzfizetési kötelezettségének határidőre eleget nem tevő késedelmi pótlékot köteles fizetni. A (3) bekezdés szerint a késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része. Ennek ellentételezéseként a Tpv. 83.§-ának (5) bekezdése úgy rendelkezik, hogy ha az eljáró versenytanács határozata jogszabályt sértett és ennek következtében az ügyfélnek igénye keletkezik a bírság visszatérítésére, a visszatérítendő összeg után a mindenkori jegybanki alapkamat kétszeres összegének megfelelő kamatot is meg kell téríteni.

IX. Egyéb kérdések

100. A Norbi.hu Kft. és a Norbi Update Worldwide Zrt. indítványozta, hogy ha a Versenytanács szükségesnek tartja az általuk benyújtott nyelvészeti szakvéleménnyel kapcsolatban további vizsgálódás lefolytatását, akkor kerüljön megkeresésre a Magyar Tudományos Akadémia Nyelvtudományi Intézete a benyújtott szakértői vélemény megküldésével, abból célból, hogy az nyilvánítson véleményt a „tudományos bizonyított” és a „tudományosan alátámasztott” kifejezések közötti különbség tárgyában.

A Versenytanács nem tartotta szükségesnek a Magyar Tudományos Akadémia Nyelvtudományi Intézetének megkeresését, mivel a becsatolt nyelvészeti vélemény, illetve a Norbi.hu Kft. és a Norbi Update Worldwide Zrt. nyilatkozatai egyértelműen azt igazolták, hogy a mindennapi nyelvhasználatban a fogyasztók azonosan értelmezik a két kifejezést.

Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács a bizonyítási indítvány teljesítését mellőzte.

101. A Versenytanács megállapította, a Norbi.hu Kft. és a Norbi Update Worldwide Zrt. törvénybe ütköző magatartást tanúsított, ezért őket a Tpv. 62.§-a (4) bekezdésének első mondata alapján a szakértői vélemény elkészíttetésével kapcsolatban felmerült költségek egyetemleges megfizetésére kötelezte.

102. A Gazdasági Versenyhivatal hatásköre a Tpv. 45.§-án, illetékessége a Tpv. 46.§-án alapul. E rendelkezések értelmében a Gazdasági Versenyhivatal kizárólagos hatáskörrel rendelkezik minden olyan versenyfelügyeleti ügyben, amely nem tartozik bíróság (86.§) hatáskörébe, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.

103. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpvt. 83.§-ának (1) bekezdése biztosítja.

Budapest, 2008. január 10.