



1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

Levélcím: 1391, Budapest 62. Pf. 211

Telefon: (06-1) 472-8865, **Fax:** (06-1) 472-8860

Ügyszám: Vj/98/2013

Iktatószám: Vj/98-19/2013

Betekinthető!

Üzleti titkot nem tartalmaz!

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a Dr. Bakos – Dr. Smied – Dr. Muraközi Ügyvédi Iroda (9025 Győr, Simor püspök tere 5., eljáró ügyvéd dr. M. G.) által képviselt **Telemarketing International Kft.** (9028 Győr, Fehérvári út 75.) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indult eljárásban megtartott tárgyalást követően meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t :

Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a Telemarketing International Kft. 2012. augusztus 1. és 2013. november 29. között a Fir Slim alakformáló alsóneművel kapcsolatban fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor televíziós reklámjaiban, honlapján, termékkatalógusában és tájékoztató füzetekben azt állította, hogy a termék

- használatával akár két számmal is csökkenhet a fogyasztók ruhamérete, ezáltal alakformáló hatása van;
- alkalmazásával hatékonyan, könnyen, gyorsan csökkenthető a testsúly;
- alkalmazásával a narancsbőr tünetei eltűnnek.

Az eljáró versenytanács kötelezi továbbá a Telemarketing International Kft.-t 30.000.000 Ft (azaz Harmincmillió Forint) bírság megfizetésére, amelyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételei számlája javára köteles megfizetni.

Ha a kötelezett fizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget, késedelmi pótlékot köteles fizetni. A késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás

időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része. A bírság, az eljárási díj, illetve a késedelmi pótlék meg nem fizetése esetén a Gazdasági Versenyhivatal megindítja a határozat végrehajtását.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bírósághoz címzett, de a Versenytanácsnál benyújtható, vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel lehet kérni. A bíróság a pert tárgyaláson kívül bírálja el, a felek bármelyikének kérelmére azonban tárgyalást tart, mely kérelmet az ügyfél a keresetlevélben terjesztheti elő.

I.

Az eljárás megindításának körülményei

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) Vj/98/2013. számú végzésével 2013. november 29-én versenyfelügyeleti eljárást indított, mivel észlelte hogy a Telemarketing International Kft. (a továbbiakban: eljárás alá vont) a Fir Slim alakformáló alsónemű elnevezésű termékkel kapcsolatban 2012. augusztus 1-jétől valószínűsíthetően szakmailag nem kellően megalapozottan tett közzé állításokat a termék az adott célra való alkalmasságával, a használatától várható eredményei, előnyeivel kapcsolatban egyes kommunikációs eszközein. Ezzel valószínűsíthetően megvalósította a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) mellékletének 17. pontjában, 6. §-a (1) bekezdésnek bg) alpontjában, valamint 3. §-a (2) bekezdésében foglalt tényállást és valószínűsíthetően megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében előírt tilalmat.
2. Az eljárás kiterjed az eljárás alá vontnak a Fir Slim alakformáló alsónemű elnevezésű termékkel 2012. augusztus 1-jétől 2013. november 29-ig alkalmazott kereskedelmi kommunikációjára.

II.

Az eljárás alá vont vállalkozás

3. A 2003-tól működő eljárás alá vont vállalkozás (cg.: 08-09-011.731, adószám: 13163602-2-08) fő tevékenysége a csomagküldő kiskereskedelem és telefonos információnyújtás. Az eljárás alá vont vállalkozás bevételeinek nagy részét direkt marketing értékesítéssel, televíziós csatornákon sugárzott közvetlen ajánlatokon keresztül hirdetett változó, széles spektrumon mozgó termékkör eladásával szerzi. Ezt egészíti ki az internetes, a print médiás, a telemarketinges kereskedelem, a saját üzlethálózaton keresztül közvetlen kiskereskedelmi értékesítés, illetve a viszonteladó és egyéb partnerek felé folytatott nagykereskedelmi értékesítés.¹

¹ Vj/098-002/2013. sz. irat.

4. Az eljárás alá vont nettó árbevétele 2012. április 1. és 2013. március 31. között 4.121.782.000 Ft volt. A nettó árbevételére vonatkozó adatokat a Vj/098-007/2013. számú irat tartalmazza. A cég 2013. I-XI. havi nettó árbevétele 3.985.350.877 Ft volt, míg az alakformáló alsónemű értékesítéséből 2012. augusztus 1-től 2013. novemberig [üzleti titok] Ft volt.
5. Az eljárás alá vont vállalkozás ellen Vj/92/2009. szám alatt lefolytatott eljárásban az eljáró versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont a Hollywood Patch elnevezésű termék népszerűsítése során 2009. február 25. és 2009. március 25. között tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor internetes honlapján és televíziós reklámjaiban a termék tulajdonságairól valótlan állításokat tett közzé, ezért az eljáró versenytanács 3 millió Ft versenyfelügyeleti bírságot szabott ki az eljárás alá vont vállalkozással szemben.
6. Az eljárás alá vont vállalkozás ellen Vj/42/2012. szám alatt lefolytatott eljárásban az eljáró versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont, 2011. augusztus 1. és 2012. május 31. között az Abexine gél elnevezésű kozmetikai termékkel kapcsolatban tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor televíziós reklámjaiban, honlapján, termékkatalógusában és tájékoztató füzetében a készítménynek terápiás hatásokat tulajdonított, ezért az eljáró versenytanács ugyancsak versenyfelügyeleti bírságot (25 millió Ft) szabott ki az eljárás alá vont vállalkozással szemben.

III.

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

7. Az eljárás alá vont forgalmazza a Fir Slim elnevezésű terméket, mely biokerámia részecskékkel ellátott alakformáló alsónemű. A vizsgált időszakban (2012. augusztus 1. és 2013. november 29. között) a termék értékesítéséből származó adatokat a Vj/98-002/2013. számú irat, valamint a fenti 4. pont tartalmazza.
8. Az eljárás alá vont nyilatkozata² szerint a biokerámia technológia lényege, hogy a részecskéi képesek az emberi test által kibocsátott hőenergiát felvenni, és azt újra leadni. Növeli a test hőmérsékletét, felpezsdíti a vérkeringést, ezáltal gyorsítja az anyagcserét, valamint speciális anyagának köszönhetően a Fir Slim alakformáló alsónemű optikailag csinosabb alakot kölcsönöz a viselőjének.
9. Az eljárás alá vont a termékeket online értékesítés keretében saját webshopján (www.wsteleshop.hu), valamint telefonos értékesítés keretében, call centerén keresztül értékesíti.
10. A vizsgálattal érintett időszakban az eljárás alá vont a Fir Slim elnevezésű terméket a fogyasztóknak

² Vj/098-008/2013. sz. irat.

- televíziós vásárlási műsorablak keretében tizenkét televíziós csatornán [üzleti titok] alkalommal sugárzott, különböző hosszúságú televíziós reklámok útján (Vj/98-004/2013., Vj/98-006/2013., a reklámfilmekben elhangzottakat a Vj/98-004/2013. és a Vj/98-006/2013. számú iratok tartalmazzák),
- a www.wsteleshop.hu honlapon (Vj/98-002/2013. számú irat),
- az eljárás alá vont törzsvásárlóinak postai úton megküldött termékkatalógusban (Vj/98-002/2013. számú irat) népszerűsítette.

11. Az egyes kereskedelmi kommunikációkkal kapcsolatban a televíziós reklámok közzétételére, a honlap működtetésének költségeire, valamint a termékkatalógus példányszámával, illetőleg megjelenési költségével vonatkozó adatokat a Vj/98-002/2013. számú irat 8., 9. és 10. pontja, és a Vj/98-004/2013. számú irat mellékletei tartalmazzák.

12. Kereskedelmi kommunikációiban az eljárás alá vont a termék hatására, célra való alkalmasságára vonatkozó állításokat tett, miszerint a termék alkalmazásával az alakformálás eredményeként akár két számmal is csökkenhet a fogyasztók ruhamérete, ezáltal alakformáló hatása van a terméknek, illetve a termék alkalmazása révén a fogyasztó hatékonyan, gyorsan, könnyen csökkentheti testsúlyát, továbbá a narancsbőr tünetei a termék alkalmazásával eltűnnek.

13. Az egyes kereskedelmi kommunikációk az alábbiak szerint tartalmazták a fenti terápiás hatásra vonatkozó állításokat:

Megjelenés helye	Alkalmazott állítás	Megjelenés száma
www.wsteleshop.hu	<ul style="list-style-type: none"> - vegye fel a harcot a cellulitisszel - növeli a test hőmérsékletét - felpezsdíti a vérkeringést - Gyors karcsúsodást, kecsesebb idomokat szeretne, rekord idő alatt? Bizony, ez nem lehetetlen! Itt a Fir Slim, a nagyszerű alakformáló alsónemű biokerámia technológiával! Laposabb has, formásabb comb - máris az Öné lehet! Végre a cellulitisszel is felveheti a harcot! - A biokerámia nanotechnológia lényege, hogy nanorészecskéi képesek az emberi test által kibocsátott hőenergiát felvenni és azt újra leadni. Növeli a test hőmérsékletét, felpezsdíti a vérkeringést, ezáltal gyorsítja az anyagcserét, így Ön fogyni kezdhet és csodásan nézhet ki. Kettős hatás: - Optikai: azonnal csinosabb alakot köcsönöz. - Rendszeres viseléssel: speciális anyaga állandó viselet mellett nagyszerű zsírégetőként funkcionál. - Alkalmazkodik a testhez, minőségi alsóviselet. 	folyamatos

Megjelenés helye	Alkalmazott állítás	Megjelenés száma
	<ul style="list-style-type: none"> - Hölgyek és urak egyaránt viselhetik. A biokerámia felső része a hasat, a hurkákat, a felesleges kilókat dolgozza meg. A sort a combot a feneket feszesítheti és felveszi a harcot a narancsbőrrel. 	
televíziós reklámok	<ul style="list-style-type: none"> - Ha Ön is szeretne jól ki nézni, rövid idő alatt lefogyni, de nem tudja, hogy mi az a biokerámia, most figyeljen. Elege van a sokat ígérő tablettákból? A kimerítő edzésekből, a különböző diétákból? Van más megoldás is, mellyel önsanyargatás nélkül karcsúsodhat. - A mai különleges adásunkban a duci, pocakos és combos hölgyeken szeretnénk segíteni. Mert vannak dolgok, amelyek elcsúfítják a testünket, igaz? A cellulitist ne is említsük. - Most végre mindenki megismerheti a biokerámia Fir Slim nevű alakformálóját, amellyel akár két mérettel lehetsz karcsúbb, rekordidő alatt fogyhatsz le, csökkenhet a narancsbőröd és még csak nem is látszik, hogy rajtad van. A Fir Slim nem csak egy új alakformáló a piacon, a biokerámia nanotechnológiája egy olyan termék, mely kíméletes átformalhatja az alakot, ott segíthet megszabadulni a fölösleges kilóktól, ahol szeretnéd és felveszi a harcot még a cellulitises bőrrel is. - A Fir Slim 5000 nanorészecskéje képes az emberi test által kibocsátott hőenergiát felvenni és azt újra leadni. Növeli a test hőmérsékletét, felpezsdíti a vérkeringést, ezáltal gyorsítja az anyagcserét így ön fogyni kezdhet és csodásan nézhet ki. - Hurkák itt-ott, pocak, az életemet is megkeserítik, ha a Fir Slimet felveszem, máris karcsúbbnak látszom. Állandóan viselve zsírégetőként is nagyszerűen működik. Ezek a részecskék végzik el a munkát és az eredményt a mérleg igazolja. - ...és a cellulitist is sikerült csökkenteni. - A mérleg és a centi túl sokat mutat? Bemutatjuk a Fir Slimet, ezt a fantasztikus alakformálót. Mellyel akár két mérettel karcsúbb lehet és akár rövid idő alatt veszíthet a súlyából. - ...a részecskék gyűjtik össze a test melegét és égetik el a zsírt. - Villámgyorsan megváltoztathatom az alakomat. - A biokerámia 5000 speciális nanorészecskéje összegyűjti a test energiáját, égeti a zsírt és ennek köszönhetően elindulhat a fogyás. - A biokerámia felső eltakarja a felesleges kilókat 	[üzleti titok]

Megjelenés helye	Alkalmazott állítás	Megjelenés száma
	<p>derék és csípőtáján. A sort a combokat, a feneket és a hasat formálja..</p> <ul style="list-style-type: none"> - Most vettem fel a Fir Slimet és két mérettel máris karcsúbb vagyok. - Ezek biokerámia nanorészecskék, amelyek speciálisan kiválasztott ásványok, alumínium és szilícium oxidok kombinációjából nyerhetőek. Csodálatos módszer, mely sikerrel tüntetheti el a felesleges kilókat és ön fantasztikusan nézhet ki. És hogy miért Biokerámiát használ a Fir Slim? Mert ez az egyik olyan anyag, amely a legjobban alkalmazkodik az emberi testhez. A bio anyagok kölcsönhatásba lépnek a szervezettel és ezért sokkal hatékonyabbak. - Mindennapos használatával pedig még kalóriákat is égethetek. - A Fir Slimnek köszönhetően már leadtam 8 kilót. - Először is akár két méretnyi is karcsúsodhat, másodszer természetes módon fogyhat, és végül csökkentheti a cellulitisz kialakulásának esélyét és mindezt hogyan? A Fir Slim 3 termékből áll. Hölgyek és urak egyaránt viselhetik. A biokerámia felső része a hasat, a hurkákat a felesleges kilókat dolgozza meg. A sort a combot, a feneket feszesítheti és felveszi a harcot a narancsbőrrel. Az ajándék öv pedig a has körül elhelyezkedő zsírpárnák elleni küzdelemhez ideális. 3 előny egyetlen termékben, a Fir Slimben. - A biokerámia 5000 speciális nanorészecskéje összegyűjti a test energiáját, elégeti a zsírt és ennek köszönhetően elindulhat a fogyás. - A Fir Slim nekik is ideális választás lehet, ha szeretnének jobban kinézni, megszabadulni a kisebb-nagyobb pocaktól. - Amióta használom, hat kilót fogytam. Most is rajtam van. - Másrészt a narancsbőr ellen is nagyon hatékony. Az is jó, hogy nem látszik. - Először is akár két mérettel is karcsúbb lehetsz. - ha állandóan viseli, a biokerámia hatásának köszönhetően szemmel láthatóan hatékonyan csökkentheti a zsírpárnákat és a cellulitisz kialakulásának esélyét. 	
Katalógus	<ul style="list-style-type: none"> - vegye fel a harcot a cellulitisszel - növeli a test hőmérsékletét - felpezsdíti a vérkeringést 	<p>[üzleti titok]db</p> <p>[üzleti titok]db</p>

Megjelenés helye	Alkalmazott állítás	Megjelenés száma
Katalógus	- A biokerámia nanotechnológia lényege, hogy nanorészecskéi képesek az emberi test által kibocsátott hőenergiát felvenni, és azt újra leadni. Növelheti a test hőmérsékletét, felpezsdítheti a vérkeringést, ezáltal gyorsíthatja az anyagcserét, így Ön fogyni kezdhet és csodásan nézhet ki.	[üzleti titok] db

IV. Az eljárás alá vont előadása

14. Az eljárás alá vont vállalkozás nyilatkozata³ szerint az eljárással érintett Fir Slim alakformáló alsóneműk, valamint azok forgalmazásának módja és az annak során tett állítások maradéktalanul megfelelnek a jogszabályoknak és a fogyasztók védelmét szolgáló rendelkezéseknek. A vállalkozás álláspontja szerint nem tanúsított tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot.
15. Az eljárás alá vont a termék hatásosságának alátámasztására becsatolta
- a termék megfelelőségi dokumentációját (Vj/98-002/2013. EBO Technology Co., Ltd., Hongkong, 2012. november 21.) és
 - a testméretek csökkentése a szintetikus anyagból készült és kerámia nanorészecskéket tartalmazó alsónemű használata után című tanulmányt. (Vj/98-008/2013., 2011. Journal of Cosmetic Dermatology, Brazília)
16. Az eljárás alá vont álláspontja szerint a Versenytanács az előzetes álláspontjának **34.** pontjában alaptalanul átlapította meg, hogy a termék célcsoportja olyan személyek, akik különösen kiszolgáltatottak, mivel az elhízás fizikai fogyatkozásnak tekintendő. Az elhízás súlyos esetei tekinthetőek valóban fizikai fogyatkozásnak - a Versenytanács azonban figyelmen kívül hagyta, hogy a Terméket a forgalmazó csak M, L és XL méretben forgalmazza.
17. Az EN **13402** szabvány szerint meghatározott XL méret nők esetében **107 cm** és **119 cm** közötti mellkörméretet, valamint a szabvány javasolt, **4.** kiegészítése szerint **94 cm** és **100 cm** közötti csípő körméretet jelent. Ez a méret esetlegesen a túlsúlyos, azonban semmiképpen sem az elhízott kategóriába esik (a jelentősen átlagon aluli magasságú személyektől eltekintve}. Ilyen módon a termék célcsoportja már a méretezés miatt sem lehet az elhízott, és ilyen módon különösen sérülékenynek minősülő fogyasztók köre. A Termék Versenytanács által felsorolt és kifogásolt reklámállításai egyértelműen két részre bonthatóak.

³ Vj/098-002/2013. sz. és Vj/098-008/2013. sz. irat

18. Az állítások első és nagyobbik csoportja a termék fizikai hatásaira vonatkozik, amelyek következtében a viselője karcsúbbnak látszik, illetve amelyek folytán a termék eltakarja a viselő számára esetlegesen hátrányos jellemzőket (pl. „hurkák” vagy cellulitis). Az ezzel kapcsolatos állításokat lényegében nem is szükséges bizonyítani, hiszen azok annyira köztudottak. Több olyan termék is ismert a piacon, amelyek rugalmas anyaguknak köszönhetően fizikai hatással érik el azt az alakformáló hatást, amit a kommunikációjában is állított.

Ezek mindegyike három jól bevált elv alapján működik:

- a rugalmas anyag összébb húzza a lazább szöveteket
- a fehérenemű speciálisan kialakított formája az érintett testrészeket formálja a fehérenemű, ami a bőr és a felette viselt ruházat között van, elfedi a bőr esetleges problémáit, mint pl. bőrhibák, hegek, striák vagy cellulitis

Ezek mindegyike a fehérenemű fizikai tulajdonságaira vezethető vissza, közismert és köztudott. Az ilyen hatásmechanizmusú alakformáló fehéreneműk hatásának igazolása álláspontunk szerint klinikai vizsgálatokkal teljesen szükségtelen, mivel egy átlagosan, vagy akár átlag alatt tájékozott fogyasztó is képes ezen hatásokat egyetlen próba során felmérni és megítélni. Tekintettel arra, hogy ezt a próbát akár szaküzletben, akár pedig a távollevők közötti kereskedelemben biztosított elállási jog következtében a fogyasztó otthonában is megteheti, így semmiféleképpen sem minősülnek ezek az állítások az Fttv szerinti tilalmazott állításnak.

Az állítások rendkívül egyszerű, mindennapi tapasztalattal megítélhető állítások, amelyek tekintetében nem alkalmazandó az Fttv. 14. §, mivel az azok megítéléséhez szükséges ismeretek közismertnek tekintendők.

19. Az állítások második és kisebb csoportja a termék testhőmérséklet-növelő, véráramlás-erkentő és testsúlycsökkentést támogató hatásaira vonatkozik, kiemelve a termékben található bio-kerámia részecskéket.

Az állítások biokerámia-részecskékkel összefüggő kérdései tekintetében a Versenytanács nem értékelte megfelelő súllyal és tartalommal a Telemarketing International Kft. által benyújtott tanulmányt, teljes mértékben elvetve azt. Álláspontunk szerint a rendelkezésre bocsátott tanulmány egyértelműen kifejti a termék hatásmechanizmusát (testhőmérséklet felvétele és távoli infravörös spektrumban történő visszasugárzása speciális kerámia részecskék által), és ugyanezen mechanizmussal működik a Termék is.

A benyújtott tanulmány, amelyet a termék gyártója is a forgalmazó rendelkezésére bocsátott, megjelent a „Journal of Cosmetic Dermatology” szaklap 10. évfolyam, 1. kiadásában, 2011 márciusában (30-35. oldalon).

A tanulmány módszertana és publikálásának módja megfelel a tudományos vizsgálat követelményeinek, randomizált, placebo-kontrollált vizsgálatról van szó, amelyet szabályosan publikáltak, még a termék forgalmazásának megkezdése előtt. A tanulmány referenciaként hivatkozik több, a távoli infravörös sugárzás hatásaival foglalkozó tanulmányra, amelyek szintén alátámasztják ezen kezelési mód pozitív hatásait.

Ezen túl a Termék testhőmérsékletet emelő és véráramlást serkentő tulajdonságai megint csak egyszerű fizikai adottságaiból erednek: a Termék szoros szigetelő réteggént csökkenti a bőr hőleadását, megakadályozza a testhő elszökését illetve kisugárzását, ilyen módon emelve a bőr hőmérsékletét és javítva annak vérellátását. A bőr hőmérsékletének csökkenésével az abban található hajszálerek összehúzódnak és csökken a bőr vérellátása - ez ismét csak olyan közismert tény, amely álláspontunk szerint külön bizonyításra nem szorul.

20. Vitatta az előzetes álláspontban az eljáró versenytanács által felhívott különböző súlyosító tényezők alkalmazását is, mivel álláspontja szerint az általa alkalmazott kommunikáció nem volt jogsértő.

Végezetül hangsúlyozta, hogy csak az adott termékkel kapcsolatos ténylegesen és arányosan felmerült költségek vehetők figyelembe a bírság alapjának meghatározásakor.

V. Jogi háttér

21. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése szerint az Fttv. állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, valamint az ilyen kereskedelmi gyakorlat tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. A (4) bekezdés alapján külön törvény vagy az annak végrehajtására kiadott jogszabály a fogyasztók tájékoztatására vonatkozóan az Fttv.-ben foglalt szabályokon túl részletesebb, illetve szigorúbb szabályokat írhat elő.

22. Az Fttv. 2. §-ának

a) pontja szerint fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy,

c) pontja rögzíti, a törvény alkalmazásában áru minden birtokba vehető forgalomképes ingó dolog - ideértve a pénzt, az értékpapírt és a pénzügyi eszközt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket - (a továbbiakban együtt: termék), az ingatlan, a szolgáltatás, továbbá a vagyoni értékű jog,

d) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenysége vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja,

e) pontja kimondja, hogy a kereskedelmi kommunikáció a vállalkozás önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével közvetlenül összefüggésben történő információközlés, függetlenül annak megjelenési módjától, eszközétől,

h) pontja alapján az ügyleti döntés a fogyasztó arra vonatkozó döntése, hogy kössön-e, illetve hogyan és milyen feltételek mellett kössön szerződést, továbbá hogy gyakorolja-e valamely jogát az áruval kapcsolatban.

23. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése szerint tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat.

24. Az Fttv. 3. §-ának (2) bekezdése szerint tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat,

a) amelynek alkalmazása során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el (szakmai gondosság követelménye), és

b) amely érzékelhetően rontja azon fogyasztó lehetőségét az áruval kapcsolatos, a szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, akivel kapcsolatban alkalmazzák, illetve akihez eljut, vagy aki a címzettje, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.

25. Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése értelmében a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve áru nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is. Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportja magatartásának torzítására alkalmas, és ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni.

26. Az Fttv. 6. § (1) szerint megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény - figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére - olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az alábbiak közül egy vagy több tényező tekintetében, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas:

b) az áru lényeges jellemzői, így különösen

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

27. Az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll. A (2) bekezdés

alapján az (1) bekezdés szerinti vállalkozás felel akkor is, ha a kereskedelmi gyakorlatot szerződés alapján más személy valósítja meg a vállalkozás érdekében vagy javára.

28. Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a Gazdasági Versenyhivatal jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.
29. Az Fttv. 11. §-ának (2) bekezdésének a) pontja értelmében a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha a kereskedelmi gyakorlat országos médiaszolgáltatást végző médiaszolgáltatón keresztül valósul meg.
30. Az Fttv. 14. §-a alapján a vállalkozás – az eljáró hatóság felhívására – a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát igazolni köteles. Ha a vállalkozás nem tesz eleget ennek a kötelezettségnek, úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak. Erre a vállalkozást a hatóság felhívásában figyelmeztetni kell.
31. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja alapján a Gazdasági Versenyhivatal a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló versenyfelügyeleti eljárásában a Tpvt. rendelkezéseit alkalmazza, az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel.
32. A Tpvt. 77. §-a (1) bekezdésének d) és f) pontja alapján az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését, illetve megtilthatja a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását.
33. Az eljáró versenytanács a Tpvt. 78. §-ának (1) bekezdése értelmében bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpvt., illetve az Fttv. 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 (2) bekezdés szerint ha az (1) bekezdés szerinti vállalkozásoknak, illetve vállalkozáscsoportnak a jogsértést megállapító határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételéről nem áll rendelkezésre hitelesnek tekinthető információ, a bírság maximumának meghatározásakor az utolsó hitelesen lezárt üzleti év árbevétele az irányadó. 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 fogyasztók, üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

VI.

A Versenytanács döntése

A jogszabályi előírásoknak megfelelő kereskedelmi gyakorlat követelménye

34. Általános követelményként fogalmazódik meg, hogy a vállalkozásnak a fogyasztók irányában tanúsított kereskedelmi gyakorlata feleljen meg a tisztesség követelményének, s

így a magáról vagy az általa kínált áruk lényeges tulajdonságáról a jogszabályi előírások szabta keretek között adjon tájékoztatást.

35. A piacgazdaságokban a vállalkozások szabadon határozhatják meg tevékenységüket, választhatják meg működésük lényegi elemeit (ideértve pl. a reklámozási gyakorlatukat), azonban mindezt a vonatkozó jogszabályi keretek, illetve korlátok között kell tenniük. Adott esetben például ilyen korlátot jelentenek az általános és speciális reklámtiltalmak, amelyeknek egyrészt az a céljuk, hogy a kiszolgáltatót fogyasztók védelmét szolgálják, másrészt az a céljuk, hogy a tisztességes piaci folyamatokat biztosítsák, egyensúlyban tartsák.

A különböző termék-kategóriáknak az általuk képviselt különböző típusú kockázatok miatt eltérő elvárásoknak, előírásoknak, folyamatoknak, illetve kontrollnak kell megfelelniük. A magasabb szintű elvárások többnyire magasabb költségekkel is járnak, azonban ezen költségek magasabb bevételekben is realizálódhatnak az elért előnyök révén.

Ügyleti döntés

36. A fogyasztó jogi értékelés szempontjából relevanciával bíró döntésének meghozatala egy olyan folyamat, amelynek nemcsak az egészét, hanem egyes szakaszait is védi a jog a maga eszközeivel. Ez a folyamat a fogyasztók, üzletfelek figyelmének felkeltését is magában foglalja. Nemcsak az olyan magatartás jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben hatással van a folyamatra - ideértve a figyelem felkeltését is. Kifogásolható már önmagában az a körülmény, hogy a tisztességtelen magatartás, kereskedelmi gyakorlat hatására a fogyasztó felveszi a kapcsolatot a vállalkozással. Az üzleti-piaci folyamatok igen lényeges mozzanata a kölcsönös kapcsolatfelvétel, amelynek során mindkét félnek számos alternatíva áll a rendelkezésére a realizáláshoz. Általában jogsértést eredményez, ha ezen kapcsolatfelvétel alapja, elindítója egy tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat, így különösen egy tisztességtelen reklám.

Az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlata

37. A jelen esetben megállapítást nyert, hogy a vizsgálattal érintett termékkel kapcsolatos kereskedelmi gyakorlatban megjelenő kereskedelmi kommunikációiban az eljárás alá vont a Fir Slim alakformáló alsónemű elnevezésű termék adott célra való alkalmasságára, a használatától várható eredményekre, előnyeire vonatkozó állításokat fogalmazott meg, azt állítva, hogy a termék használatával akár két számmal is csökkenhet a fogyasztók ruhamérete, ezáltal alakformáló hatása van, alkalmazásával hatékonyan, könnyen, gyorsan csökkenthető a testsúly, illetve alkalmazásával a narancsbőr tünetei eltűnnek.

A kereskedelmi gyakorlat címzettjei

38. Az eljáró versenytanács az Fttv. 4. §-át szem előtt tartva az előzetes álláspontjában azt jelezte, hogy álláspontja szerint a vizsgált kereskedelmi gyakorlat azon fogyasztók csoportjára irányult, akik fogyni szeretnének, akár azért, mert egészségi állapotuk miatt szükségesnek ítélik testtömegük csökkentését, akár egyéb okból. Ezen fogyasztók éppen testtömegükkel való elégedetlenségük révén, az átlagosnál kiszolgáltatottabbak, könnyebben befolyásolhatók. Ezen fogyasztói kör esetében valamely terméknek a testtömeg csökkentésére való alkalmasságára, a terméknek a többi hasonló célú termékhez viszonyított előnyeire vonatkozó állítás alkalmas arra, hogy a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készítse, amelyet egyébként nem hozott volna meg.
39. Az eljáró versenytanács előzetes álláspontja szerint a fogyasztóknak az a csoportja, amely testsúlyával elégedetlen, annak megváltoztatását igényli (negatív irányban) nem az Fttv. 4. §. (1) bekezdés alapján ítéendő meg, hanem a 4. §. (2) bekezdése alapján, vagyis különösen kiszolgáltatott ebben a kérdésben. Ennek magyarázata az, hogy mivel az elhízás fizikai fogyatkozásnak tekintendő, a túlsúly meglétét pedig bár lehet szubjektív tényezőként is értékelni, de objektíven azt jelenti, hogy az átlagos, a szokásos és esetleg a divatos mértéktől eltérő többlet súlyt hordoz az adott személy.
40. Az eljárás alá vont beadványában hivatkozott arra, hogy a terméket a gyártó csak M, L és XL méreteken készíti, vagyis nem az elhízott embereket célozza meg kommunikációjával. Ugyanakkor az eljáró versenytanács megállapította, hogy szinte mindenki szeretne „jobban kinézni”, szeretne karcsúnak, karcsúbbnak látszani, ezért ez a megállapítás az általános fogyasztókra is vonatkozik, ezért elfogadta az eljárás alá vontnak azt az érvelését, hogy nem az Fttv. 4.§. (2) bekezdése, hanem a 4.§. (1) bekezdése alapján ítéendő meg a megcélzott fogyasztó, vagyis nem tekintette különösen kiszolgáltatottnak a fogyasztót az adott ügy elbírálása során.

A kereskedelmi gyakorlat Fttv. szerinti értékelése

41. Általános követelményként fogalmazódik meg, hogy a vállalkozásnak a fogyasztók irányában tanúsított kereskedelmi gyakorlata feleljen meg a tisztesség követelményének, s így a magáról vagy áruinak lényeges tulajdonságáról adott, fogyasztóknak szóló tájékoztatása igaz és pontos legyen.
42. A Versenytanács következetes gyakorlata értelmében a jogszabályba ütköző kereskedelmi magatartás tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősül és tilalmazott, ha a vállalkozás nem bizonyította a reklámokban megfogalmazott állításait. (Ezt az álláspontot a Fővárosi Bíróság is megerősítette például a Vj/89/2009. számú versenyfelügyeleti eljárásban hozott döntés elleni jogorvoslat során 3.K. 32.097/2010/6. számú ítéletében.)
43. Az Fttv. 14. §-a alapján a vállalkozás – az eljáró hatóság felhívására – a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát igazolni köteles. Ha a vállalkozás nem tesz eleget ennek a kötelezettségnek, úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak.
44. Az eljárás alá vont a Fir Slim alakformáló fehérnemű hatásait alátámasztó dokumentumként csatolt EBO Technology Co., Ltd. által végzett vizsgálatok a vizsgált

állítások egyikének vonatkozásában sem tartalmaznak információt, nem utalnak az egyes állítások tekintetében elvégzett vizsgálatra vagy egyéb forrásanyagra, nem tartalmaztak konkrét adatokat arra vonatkozóan, hogy az alkalmazott kommunikációs állítások mennyiben valósak. Így az állítások alátámasztására nem alkalmas a dokumentáció.

45. A testsúlycsökkenés és a cellulitisz tüneteinek csökkentése tárgyában ”a testméretek csökkenése a szintetikus anyagból készült és kerámia nanorészecskéket tartalmazó alsónemű használata után” című tanulmány nem az eljárással érintett Fir Slim termékekre, hanem egy másik termékekre vonatkozó vizsgálati eredményeket ismerteti, így a vizsgált termékkel kapcsolatos állítások alátámasztására nem alkalmas. Az alakformálás tekintetben a fenti tanulmányhoz hasonló jellegű, megfelelőségi dokumentáción túli anyagot nem nyújtott be az eljárás alá vont.
46. Az eljáró versenytanács elfogadta az eljárás alá vontnak azt az előadását, amellyel két részre osztotta a termékkel kapcsolatos reklámállításokat. Ezen belül elfogadta azt is, hogy a termék vonatkozásában megfogalmazott fizikai állítások (a rugalmas anyag alkalmazásából fakadó alakformáló hatás) valóban ismertek széles körben, így azok külön bizonyítása felesleges.
47. Nem igaz viszont ez az állítás a biokerámiai részecskékkal összefüggésben. A becsatolt anyagok nem tartalmaznak megfelelő bizonyítékokat az alábbiakban kifejtettek szerint. Egyik benyújtott anyag sem tartalmazott semmit sem az alakformáló hatásról (noha az ezzel kapcsolatos érvelést az eljáró versenytanács elfogadta), a narancsbőrrel, vagy a biokerámiai részecskéknél az eljárás alá vont termékébe való jelenlétéről, és értelemszerűen nem adnak támpontot arra sem, hogy hány mérettel kisebb ruhát hordhatnak azok, akik a „terméket” használják.

A testméretek csökkentése a szintetikus anyagból készült és kerámia nanorészecskéket tartalmazó alsónemű használata után című tanulmány viszont bár valóban azzal foglalkozik, hogy az ilyen kerámia nanorészecskéket tartalmazó alsóruha viselése milyen hatással jár, nem kapcsolható automatikusan az eljárás alá vont vállalkozáshoz, mivel nem az ő termékének vizsgálatáról szól. Semmilyen igazolás, vagy bizonyíték nem támasztja alá azt az állítást, hogy az eljárás alá vontnak a kommunikációban ismertetett terméke azonos szerkezetű, lenne, mint a tanulmányban vizsgált termék.

Nincs kapcsolat tehát a tanulmányban megállapított következtetések és az adott termék között, így a tudományos bizonyítottság szintjét az eljárás alá vont által felhívott tanulmány révén nem lehetett megállapítani.

Megjegyzzi az eljáró versenytanács, hogy maga a tanulmány is olyan alacsony színvonalú, hogy inkább egyszerű eset-leírásnak tekinthető, mintsem tudományos alapot jelentő dolgozatnak.

48. A fentiek alapján tehát az eljáró versenytanács álláspontja szerint az egyes eszközökön alkalmazott állítások üzenetének valóságtartalma nem bizonyított, vagyis az előzőekben

kifejtettek szerint a fogyasztók számára nem igazolt, hogy a termékeknek kedvező hatása van, a termék használatával súlycsökkenés érhető el, illetve megszünteti a narancsbőrt.

Felelősség a kereskedelmi gyakorlatért

49. Az Fttv. 9. §-a alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll, abban az esetben is, ha a kereskedelmi gyakorlatot szerződés alapján más személy valósítja meg a vállalkozás érdekében vagy javára.
50. Az Fttv. értelmében elsődlegesen tehát azon vállalkozások felelőssége állapítható meg a közzétett tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tekintetében, amelynek az értékesítés, eladásösztönzés közvetlenül érdekében áll. Az Fttv. tehát az ún. „érdek-elvet” tekinti a felelősség megállapíthatósága alapjának. Az eljárás alá vont vállalkozás – az érintett termék forgalmazójaként, valamint a vizsgált kommunikációs eszközök megrendelőjeként vagy köztevévőjeként – árbevétele miatt egyértelműen érdekelt a termékek népszerűsítésében és értékesítésében.
51. A fentiek alapján megállapítható az eljárás alá vont Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése szerinti érdek-elvű felelőssége a vizsgált kereskedelmi gyakorlattal kapcsolatban.

Összefoglalás

52. Fentiekre tekintettel az eljáró versenytanács meg állapította a Tpv. 77. §-ának (1) bekezdésének d) pontja alapján, hogy az eljárás alá vont 2012. augusztus 1-jétől 2013. november 29-ig között a Fir Slim alakformáló fehérnemű elnevezésű termékkel kapcsolatban fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor televíziós reklámjaiban, honlapján és termékkatalógusában a termék hatására, célra való alkalmasságára vonatkozó állításokat tett. Az eljárás alá vont ezzel – tekintettel az Fttv. 3. §-ának (2) bekezdésére – megsértette az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdésnek b) pontjában és bg) alpontjában foglalt tényállás megvalósításával.
53. A jogsértés Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján történő megállapítása mellett bírságot szabott ki az eljárás alá vonttal szemben a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése alapján, a bírság összegét a Tpv. 78. §-a (3) bekezdésének, illetőleg a GVH Elnökének és a Versenytanács Elnökének 1/2007. számú, a bírság mértékének meghatározásával kapcsolatban kialakult versenytanácsi gyakorlatot rögzítő közleményben foglaltaknak megfelelően meghatározva.
54. A bírság összegének megállapításakor az eljáró versenytanács a jogsértő kereskedelmi kommunikációk megjelentetése kapcsán felmerült ismert költségekből indult ki, az alábbiak szerint:

- a televíziós reklámok megjelentetésével összefüggésben felmerült költségekre vonatkozó, adatok tekintetében [üzleti titok] Ft-ot vett figyelembe, mivel az eljárás alá vont nyilatkozata szerint ez az összeg merült föl a vizsgált termékkel kapcsolatos kommunikációval kapcsolatban.
- a katalógus esetében szükséges tekintettel lenni arra, hogy a kereskedelmi kommunikációk megjelentetésével összefüggésben felmerült költségek nem kizárólag az érintett termékkel kapcsolatban merültek fel, így a költségeknek csak egy része veendő figyelembe; a teljes katalógus költség [üzleti titok] Ft volt, megfelelő adatok hiányában ennek egy tized részét, vagyis [üzleti titok] millió Ft-ot vett figyelembe az eljáró versenytanács,
- a honlap üzemeltetésének egy éves költsége [üzleti titok] Ft volt, ugyanakkor az nem ismert, hogy a jelen eljárásban érintett termékre vonatkozó információk milyen mértékben részesedtek a honlap tartalmában, s erre való tekintettel az eljáró versenytanács a honlap kapcsán ismert költségek bírság körében történő figyelembe vételét mellőzni kívánja,

55. Az eljáró versenytanács

- kiemelten súlyosító körülményként vette figyelembe, hogy
 - az eljárás alá vont vállalkozást már korábban is (a Vj/92/2009., illetve a Vj/42/2012 számú ügyekben) elmarasztalta a GVH fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsítása okán.
- közepesen súlyosító körülményként kívánja figyelembe venni, hogy
 - a jogsértő kereskedelmi gyakorlat keretében az eljárás alá vont igen intenzív reklámtevékenységet folytatott,
 - a jogsértő kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók széles körét érte el,
 - az érintett termék bizalmi jellegű,
 - hosszabb időszakot érintő kereskedelmi gyakorlatról van szó, és
 - az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlata felróható, nem éri el az adott helyzetben általában elvárható magatartási mércét, nem felel meg a társadalom értékítéletének a biokerámiai hatásra történő hivatkozás körében
- Az eljáró versenytanács elfogadta az eljárás alá vontnak az átlagosnál kiszolgáltatottabb, egészségügyi problémákkal rendelkező fogyasztókkal kapcsolatos kifogását valamint az egyszerű fizikai hatással kapcsolatos előadását, és így nem e szerint értékelte a kommunikációt.

Ugyanakkor enyhítő körülményt nem azonosított az ügyben.

Végezetül az ügy összes körülményére, így a speciális és generális prevenció céljára, illetve a Tpv. által meghatározott felső határra is tekintettel – az eljáró versenytanács megvizsgálta, az adódó bírságösszeget, és erre is tekintettel határozta meg a kiszabott, a rendelkező részben írt bírságot.

VII. Egyéb kérdések

56. Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a GVH jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.
57. Az Fttv. 11. §-a (2) bekezdésének a) pontja szerint a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha a kereskedelmi gyakorlat országos médiaszolgáltatást végző médiaszolgáltatón keresztül valósul meg, mint ahogyan az a jelen ügyben is történt.
58. A GVH illetékessége a Tptv. 46. §-án alapul, a jogorvoslati lehetőséget pedig a Tptv. 83.§. (1) bekezdése teszi lehetővé az eljárás alá vont számára.

Budapest, 2014. szeptember 9.

dr. Berki Ádám sk.

előadó versenytanácsstag

dr. Szoboszlai Izabella sk.

versenytanácsstag

Dr. Bara Zoltán sk.

versenytanácsstag