



1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

Levélcím: 1391 Budapest 62. Pf. 211

Telefon: (06-1) 472-8865

Ügyszám: VJ/82/2016.

Iktatószám: VJ/82-75/2016.

Betekinthető!¹

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa a **Lakatos, Köves és Társai Ügyvédi Iroda** (1075 Budapest, Madách Imre tér 14.; eljáró ügyvédek: Dr. L. P. és Dr. R. E.) és a **Dr. N. A. M. Ügyvédi Iroda** által képviselt² **Bayer Hungária Kft.** (1123 Budapest, Alkotás utca 50.) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának és a gyógyszerértékesítésről vény nélkül kiadható gyógyszerek reklámozására vonatkozó szabályok feltételezett megsértése miatt indult versenyfelügyeleti eljárásban – nyilvános tárgyalást követően - meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t.

Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a Bayer Hungária Kft. a Berocca Performance vény nélkül kapható gyógyszer és a Berocca pezsgőtabletta étrend-kiegészítő termékeit népszerűsítő kereskedelmi kampánya során:

- 2015 januárjától 2016 áprilisáig a termékkategória jelölés szempontjából releváns, a jelen határozat Indokolás részének XIII.4.1. pontja szerinti kommunikációs eszközök (óriásplakát, attrap, „Lama” display, televíziós reklám, plakát (akciós), ablak fólia, betétlap, aláírópad, világító tábla, épületháló, banner) alkalmazásával megsértette a biztonságos és gazdaságos gyógyszer- és gyógyászatisegédeszköz-ellátás, valamint a gyógyszerforgalmazás általános szabályairól szóló 2006. évi XCVIII. törvény 17. § (1) bekezdésének a) pontjában foglaltakat,
- a szellemi teljesítmény és a fizikai állóképesség növelésére (emelésére) ajánlás szempontjából releváns, a jelen határozat Indokolás részének XIII.4.2. pontja szerinti kommunikációs eszközökön adott tájékoztatással megsértette
 - 2015 februárjától 2015 novemberéig (óriásplakát, banner, hirdetés, televíziós reklám révén) a biztonságos és gazdaságos gyógyszer- és gyógyászatisegédeszköz-ellátás, valamint a gyógyszerforgalmazás általános szabályairól szóló 2006. évi XCVIII. törvény 17. § (1) bekezdésének d) pontjában foglaltakat,
 - 2014. november 3. napjától 2014. december 12. napjáig (displayre kommunikációs elem (korona), polctálca révén) az élelmiszerláncról és hatósági felügyeletéről szóló 2008. évi XLVI. törvény 10. §-a (2) bekezdésének b) pontjában foglaltakat,
 - 2014. december 13. napjától 2016 augusztusáig (kétoldalas szórólap, roll-up (rendezvényes), kétoldalas szórólap étrend-kiegészítő termékmintával, éttermi tálcaalátét, rendezvényes installáció (kapu két oszloppal), televíziós reklám, on-line hirdetés (pre-roll videó), roll-up (vásárláshelyi), displayre kommunikációs elem (korona), polctálca, sajtóhirdetés,

¹ A nem betekintheső változatban az üzleti titokként minősülő információk, adatok eltérő színű háttérrel jelöltek.

² A meghatalmazás a VJ/82-33/2016. szám alatti beadvány melléklete.

rádióreklámok, honlap főoldala, PR cikk révén) a fogyasztók élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásáról szóló 1169/2011/EU európai parlamenti és tanácsi rendelet 7. cikke (1) bekezdésének b) pontjában foglaltakat, valamint

- 2014. november 3. napjától 2016 augusztusáig (kétoldalas szórólap, roll-up (rendezvényes), kétoldalas szórólap étrend-kiegészítő termékmintával, éttermi tálcaalátét, rendezvényes installáció (kapu két oszloppal), televíziós reklám, on-line hirdetés (pre-roll videó), roll-up (vásárláshelyi), displayre kommunikációs elem (korona), polctálca, sajtóhirdetés, rádióreklámok, honlap főoldala, PR cikk révén) a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény 6. §-a (1) bekezdésének b) pontjában foglaltak megvalósításával a törvény 3. § (1) bekezdése szerinti tilalmat.

Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a Bayer Hungária Kft.-nek az egyéb, fenti jogszabályhelyekre figyelemmel vizsgált kommunikációs eszközei esetében tanúsított magatartása nem jogsértő.

A jogsértések megállapítása mellett az eljáró versenytanács kötelezi a Bayer Hungária Kft.-t 95.000.000 Ft (azaz kilencvenötmillió forint) versenyfelügyeleti bírság megfizetésére, amely összeget a vállalkozás a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-000000000 számú bírságbevételei számlája javára köteles megfizetni a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül.

Ha a kötelezett pénzfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget, akkor az adózás rendjéről szóló törvény szerinti késedelmi pótlékkal azonos módon számított mértékű késedelmi pótlékot köteles fizetni. A bírság és a késedelmi pótlék meg nem fizetése esetén a Gazdasági Versenyhivatal megindítja a határozat végrehajtását.

Az eljáró versenytanács megállapítja továbbá, hogy a Bayer Hungária Kft. a Berocca pezsgőtabletta étrend-kiegészítő terméke esetében a termék termékkategóriájára vonatkozóan adott, a jelen határozat Indokolás részének XIII.4.1. pontja szerinti tájékoztatása révén nem valósított meg a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot.

A határozat ellen a kézhezvételtől számított harminc napon belül közigazgatási per indítható. A keresetlevelet a Gazdasági Versenyhivatalnál kell benyújtani, elektronikusan, amely azt az ügy irataival együtt továbbítja a közigazgatási perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező Fővárosi Törvényszéknek. A törvényszék eljárásában a jogi képviselőt kötelező.

I n d o k o l á s

I.

Az eljárás tárgya

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) 2016. szeptember 30-án versenyfelügyeleti eljárást indított, figyelemmel az alábbiak szerinti észleléseire.
2. A GVH észlelte, hogy a Bayer a Berocca Performance gyógyszerből vény nélkül kiadható gyógyszer és a Berocca pezsgőtabletta elnevezésű étrend-kiegészítőt többek között rádióreklámjaiban, televízió reklámjaiban és kültéri kommunikációs eszközein úgy hirdette, hogy

valószínűsíthetően nem adott megfelelő tájékoztatást a termékek termékkategóriájára vonatkozóan. Ezzel az étrend-kiegészítő vonatkozásában a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 7. §-a (1) bekezdésében foglalt tényállás megvalósításával valószínűsíthetően megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat, valamint a gyógyszer termék vonatkozásában valószínűsíthetően megsértette a biztonságos és gazdaságos gyógyszer- és gyógyászatisegédeszköz-ellátás, valamint a gyógyszerforgalmazás általános szabályairól szóló 2006. évi XCVIII. törvény (a továbbiakban: Gyftv.) 17. §-a (1) bekezdésének a) pontjában foglaltakat.

3. A GVH észlelte továbbá, hogy a Bayer a Berocca Performance gyógyszertárból vény nélkül kiadható gyógyszert és a Berocca pezsgőtabletta elnevezésű étrend-kiegészítőt a televízió- és rádióreklámokban, bannereken, a www.berocca.hu honlapon, a nyomtatott sajtóban megjelent hirdetéseiben, vásárláshelyi és kültéri reklámanyagokban a szellemi teljesítmény és a fizikai állóképesség növelésére (emelésére) ajánlotta az alábbiak szerint.

Rádióreklám

- Tudtad, hogy kutatások igazolják, hogy a Berocca Performance javítja a szellemi teljesítményt, az állóképességet és a koncentrációt?
- A Berocca egyedülálló, klinikailag igazolt formulája emeli a szellemi teljesítményt és a fizikai állóképességet.

Televízió reklám

- A Berocca egyedülálló, klinikailag igazolt formulája emeli a szellemi teljesítményt és a fizikai állóképességet.
- A Berocca emeli a szellemi és fizikai teljesítőképességet.

Bannerek

- Pörgős nap? Indíts Beroccával! Szellemi teljesítmény, fizikai állóképesség

www.berocca.hu

- Emeli a szellemi teljesítményt – Egyedülálló, klinikailag igazolt formulája olyan ásványi anyagokat és vitaminokat tartalmaz, amelyek emelik a szellemi teljesítményt
- Emeli a fizikai állóképességet – Energia-felszabadító B-vitaminokkal
- A Beroccát kifejezetten arra tervezték, hogy emelje a szellemi teljesítményt és a fizikai állóképességet.

Nyomtatott sajtó

- A Berocca egyedülálló, klinikailag igazolt formulája emeli a szellemi teljesítményt és a fizikai állóképességet.

Vásárláshelyi reklámanyagok

- Pörgős nap? Indíts Beroccával! Szellemi teljesítmény, fizikai állóképesség
- A Berocca olyan vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmaz, amelyek növelik a szellemi teljesítményt és a fizikai állóképességet.
- Gondolkodj élesebben, cselekedj gyorsabban!
- Szellemi teljesítmény, fizikai állóképesség

A fentebb ismertetett tájékoztatás valószínűsíthetően nincs összhangban a Berocca Performance elnevezésű termék alkalmazási előírásával foglaltakkal, valamint valószínűsíthetően nem felel meg az élelmiszerek reklámozására vonatkozó szabályoknak.

4. A tájékoztatás valószínűsíthetően nincs összhangban a Berocca Performance elnevezésű termék alkalmazási előírásában foglaltakkal, valamint valószínűsíthetően nem felel meg az élelmiszerek reklámozására vonatkozó szabályoknak. Ezzel a gyógyszer termék vonatkozásában valószínűsíthetően megsértette a Gyftv. 17. §-a (1) bekezdésének d) pontjában foglaltakat, valamint az étrend-kiegészítő vonatkozásában valószínűsíthetően megsértette az élelmiszerláncról és hatósági felügyeletéről szóló 2008. évi XLVI. törvény (a továbbiakban: Éltv.) 10. §-a (2) bekezdésének b) pontjában foglaltakat és a fogyasztók élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásáról szóló 1169/2011/EU európai parlamenti és tanácsi rendelet (a továbbiakban: 1169/2011/EU rendelet) 7. cikke (1) bekezdésének b) pontjában foglaltakat, valamint az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének b) pontjában foglaltak megvalósításával valószínűsíthetően megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat.
5. A versenyfelügyeleti eljárás az eljárást megindító végzés indokolása szerint kiterjed az eljárás alá vont 2014. november 3. napjától, a 2-4. pontokban ismertetett gyakorlata megvalósítása során alkalmazott, valamint az ott kifogásoltakkal egyező tartalmú valamennyi kereskedelmi kommunikációjára.
6. A versenyfelügyeleti eljárás a GVH-hoz beérkezett panasz alapján indult, a panasszal összefüggő eljárás száma: P/1240/2015.
7. A vizsgáló a vizsgálati jelentést 2017. augusztus 3-án terjesztette a Versenytanács elé, ezzel az eljárás a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tptv.) 47. §-ának (2) bekezdése alapján versenytanácsi szakaszba került.

II.

Az eljárás alá vont

8. A Bayer-csoport tagjaként működő leányvállalat, az AGFA Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. 1990. szeptember 27-én jött létre, s nevét 1994-ben módosította Bayer-re. A társaság jelenlegi tulajdonosa a Bayer csoporthoz tartozó Bayer Global Investments B.V., közvetetten tulajdonosa a német Bayer A.G. nevű vállalkozás.
9. Magyarországon a Bayer-csoporton belül működő mindhárom üzletág, azaz
 - a vényköteles gyógyszerekkel foglalkozó Pharmaceuticals üzletág,
 - a vény nélkül kapható gyógyszerekkel, kozmetikai termékekkel, étrend-kiegészítőkkel és bőrgyógyászati termékekkel foglalkozó Consumer Health üzletág,
 - az elsősorban növényvédelmi szerekkel foglalkozó Crop Science üzletágegyenként jelen van.³
10. Az eljárás alá vont fő tevékenységi köre gyógyszer- és vegyi áru nagykereskedelem, valamint dísznövény, vetőmag, műtrágya, hobbiállat eledel kiskereskedelme, illetve növénytermesztési szolgáltatás.⁴
11. Az eljárás alá vont 2016. évi nettó árbevétele: 54.069.947.000 Ft⁵ volt, amelyből [ÜZLETI TITOK] -ot a Consumer Health üzletágban realizált.⁶
12. Az eljárás alá vont 2017. évi teljes nettó árbevétele 2017. évi eredménykimutatása⁷ alapján 47.563.754.000 Ft-ot tett ki.

³ VJ/82-2/2016., 9. pont.

⁴ VJ/82-46/2016.

⁵ VJ/82-46/2016, VJ/82-11/2016.

⁶ VJ/82-11/2016.

13. Az eljárás alá vont ellen korábban nem indított fogyasztóvédelmi típusú ügyben eljárást a GVH.

III.

Az érintett termék

14. A versenyfelügyeleti eljárásban közvetlenül érintett termékek:
- a Berocca pezsgőtabletta (étrend-kiegészítő),
 - a Berocca Performance filmtabletta (vény nélkül kapható gyógyszer).
15. Az érintett termékek az eljárás alá vont Consumer Health üzletágába tartoznak,⁸ s azokat az eljárás alá vont 2014. november 3. napja óta forgalmazza Magyarországon.⁹
16. Az eljárás alá vont előadása alapján¹⁰ az érintett termékek tágabb értelemben a vitaminok és ásványi anyagok („vitamins, minerals and supplements”, azaz VMS) kategóriájába soroltak. Az érintett termékeket a VMS piacon egy mesterségesen létrehozott kategóriába sorolják be a felnőtteknek készült multivitaminokon belül, mégpedig az ún. teljesítményre ható multivitaminok (vagy más néven teljesítmény multivitaminok) közé.¹¹
17. A GVH által feltártak szerint¹² a Magyarországi Étrend-kiegészítő Gyártók és Forgalmazók Egyesülete (a továbbiakban: MÉKISZ) által vezetett Étrend-kiegészítő adatbázis szerint a multivitamin készítmények piacán közel 270 termék érhető el az étrend-kiegészítő kategóriában. Az Országos Gyógyszerészeti és Élelmezés-egészségügyi Intézet által vezetett gyógyszer adatbázisa alapján pedig a gyógyszer kategóriába számottevően kisebb számú, megközelítőleg 30 multivitamin tartozik, melyből mindösszesen 4 érhető el pezsgőtabletta formátumban. Ezen túlmenően a pezsgőtabletta formában kínált multivitaminokra vonatkozó célzott internetes keresés alapján megállapítást nyert, hogy a multivitamin pezsgőtablettákkal a fogyasztók jellemzően étrend-kiegészítőként találkozhatnak.
18. Az eljárás alá vont a patikai látogatók által tartott előadások alkalmával használt prezentációs anyagában¹³ ezt akként mutatta be, hogy az „általános „klasszikus” multivitamin” a „feltöltés”-re alkalmas („jelentős hiány”, „alacsony energiaszint, energia és vitamin hiány” esetén), illetve „fenntartás”-ra („optimális energiaszint”-nél), a „teljesítményre ható multivitamin” pedig „kiugrás”-ra (ami a „célzott teljesítményfokozás” esete).
19. A fő versenytársnak a Bayer előadása szerint¹⁴ az ún. teljesítmény multivitaminok a kategórián belül a Pharmaton Vitalt és a Centrum Energyt tekinti. A Pharmaton Vitalt viszonylag nagy hagyományokkal rendelkező termék a teljesítmény multivitaminok piacán, és egészen 2014-ig szinte egyeduralkodó volt. A Berocca termékekhez képest a fő eltérés, hogy ginzenget tartalmaz. A Centrum Energy-t 2015 márciusában vezették be a piacra, a vitaminok és ásványi anyagok mellett ginzenget és ginkgo bilobát is tartalmaz. Viszonylag kisebb piaci részesedéssel rendelkező versenytárs a kategórián belül a Béres Actival Energy, amely már régebb óta jelen van a piacon. Továbbá az eljárás alá vont kitért arra, hogy mivel viszonylag új és kicsi piacról van szó, ezért a teljesítmény multivitaminok esetén egyértelmű trendeket, vagy piaci jellemzőket viszonylag nehéz lenne megadni. A BEROCCA pezsgőtabletta formátuma viszonylag egyedülálló, hiszen a piacon a többi termék filmtabletta vagy kapszula formában érhető el.

⁷ VJ/82-61/2016.

⁸ VJ/82-2/2016., 9. pont.

⁹ VJ/82-25/2016. (P/1240-7/2015., 4. kérdéskör).

¹⁰ VJ/82-2/2016., 10. pont.

¹¹ VJ/82-2/2016., 10. pont; VJ/82-25/2016. (P/1240-7/2015.) „patikai prezentáció”.

¹² VJ/82-46/2016.

¹³ VJ/82-25/2016. (P/1240-7/2015.) „patikai prezentáció”.

¹⁴ VJ/82-2/2016., 10. pont.

20. Az eljárás alá vont a piaci részesedések ismeretei szerinti alakulása kapcsán a vizsgált termékeket érintően előadta,¹⁵ hogy a bevezetésüket követően a BEROCCA termékek együttes piaci részesedése meghaladta a 22%-ot.
21. A versenytársak tekintetében a reklámügynökségi brief¹⁶ [ÜZLETI TITOK]
22. A GVH által ezzel összefüggésben feltártak szerint [ÜZLETI TITOK] termékek pedig a vény nélkül kapható gyógyszer kategóriába tartoznak.
23. Az eljárás alá vont az érintett termékek célcsoportja tekintetében arról nyilatkozott,¹⁷ hogy a Berocca termékek célcsoportja a 30 és 44 év közötti férfiak és nők, akik pörgős életet élnek, és akik folyamatosan formában akarnak maradni. A célcsoportba tartozó személyek számára fontos, hogy ne veszítsenek időt, és folyamatosan tudjanak teljesíteni.

IV.

A vizsgált kereskedelmi gyakorlatok és azok bizonyítékai

IV.1. A vizsgált kommunikációs eszközök

24. Az eljárás során a 2014. november 3. napjától kezdődő időszak képezte vizsgálat tárgyát.
25. Jelen fejezetben kizárólag a releváns, vagyis az érintett termékeket az ügyindító végzésben foglaltak szerint népszerűsítő kereskedelmi kommunikációk vonatkozó részét ismerteti az eljáró versenytanács. A releváns kereskedelmi kommunikációk teljes tartalmát a határozat 1. számú melléklete tartalmazza.
26. Az ismertetésre az alábbiak szerinti bontásban kerül sor:
 - A. szellemi teljesítmény és fizikai állóképesség növelésére vonatkozó ajánlást tartalmazó kereskedelmi kommunikációk, azaz
 - I. élelmiszerre (Berocca pezsgőtabletta étrend-kiegészítő) vonatkozó kereskedelmi kommunikációk,
 - II. gyógyszerre (Berocca Performance vény nélkül kiadható gyógyszer) vonatkozó kereskedelmi kommunikáció,
 - III. élelmiszerre és a gyógyszerre egyaránt vonatkozó kereskedelmi kommunikációk,
 - B. a termékkategória jelölése szempontjából releváns további kereskedelmi kommunikációk, amelyek esetében az eljárás alá vont a szellemi teljesítmény és fizikai állóképesség növelésére (emelésére) vonatkozó, vizsgált állítást nem tett, ugyanakkor a termékek egymás mellett történő feltüntetése miatt a termékkategóriára vonatkozó tájékoztatás vizsgálat tárgyát képezi az ügyindító végzésben foglaltakra figyelemmel ezen esetben is.
27. Az egyes kommunikációs eszközöket a későbbiekben, az értékelés során ismertetett megállapításokra figyelemmel sorolta be az eljáró versenytanács az élelmiszerre, a gyógyszerre vagy mindkettőre vonatkozók körébe tartozóként.

A. Szellemi teljesítmény és fizikai állóképesség növelésére (emelésére) vonatkozó ajánlást tartalmazó kereskedelmi kommunikációk

I. Élelmiszerre (Berocca pezsgőtabletta étrend-kiegészítő) vonatkozó kereskedelmi kommunikációk

28. Az, hogy az érintett termék étrend-kiegészítő, az az ezen pontba tartozó kommunikációs eszközök esetében vagy kifejezetten az étrend-kiegészítő jellegre való szöveges utalás révén jelenik meg, vagy

¹⁵ VJ/82-2/2016., 10. pont.

¹⁶ VJ/82-7/2016.

¹⁷ VJ/82-2/2016., 11. pont.

a következő módokon (és ezek közül egyszerre több is alkalmazott egyes esetekben): a pezsgőtabletta képi megjelenítése, a pezsgőtabletta buborékai, a pezsgőtabletta feloldódásának hangját idéző hanghatás, egy pezsgőtabletta termékminta átadása.

29. Az étrend-kiegészítőként minősülő pezsgőtabletta esetében a szellemi teljesítmény és fizikai állóképesség növelésére (emelésére) vonatkozó ajánlás tekintetében az alábbi állítás-típusok azonosíthatóak:
- első típusú állítás: *„Pörgős nap? Indíts Beroccával! Szellemi teljesítmény, Fizikai állóképesség”,*
 - második típusú állítás: *„A Berocca egyedülálló, klinikailag igazolt formulája emeli a szellemi teljesítményt és a fizikai állóképességet” és „Pörgős nap? Indíts Beroccával!”*
 - harmadik típusú állítás: *„Gondolkodj élesebben, cselekedj okosabban! Szellemi teljesítmény, fizikai állóképesség”,*
 - negyedik típusú állítás: *„A Berocca egyedülálló, klinikailag igazolt formulája emeli a szellemi teljesítményt és a fizikai állóképességet”,*
 - ötödik típusú állítás: *„A Berocca egyedülálló összetétele segíti a szellemi és fizikai teljesítőképességet. Pörgős nap? Indíts Beroccával!”*,
 - hatodik típusú állítás: *„Emeli a szellemi teljesítményt – Egyedülálló, klinikailag igazolt formulája olyan ásványi anyagokat és vitaminokat tartalmaz, amelyek emelik a szellemi teljesítményt”, továbbá „Emeli a fizikai állóképességet – Energia felszabadító B-vitaminokkal”,*
 - hetedik típusú állítás: *„Az innovatív összetételű Berocca olyan vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmaz, amelyek emelik a szellemi teljesítményt és a fizikai állóképességet.”.*
30. A hetedik típusúhoz kapcsolódó, a kommunikációs eszközökön megjelent további tájékoztatás volt a következő: „Kulcsfontosságú összetevői az energia-felszabadító B-vitaminok, a cink, a magnézium és a C-vitamin, melyek egyedi összetétele nemcsak az idegrendszernek segít az információszállításban, de a testnek is segít abban, hogy az elfogyasztott ételt hatékony energiává alakítsa. Mindezek együttes hatása biztosítja azt a szükséges pluszt, ami segít, hogy a legjobb formádat hozd egész nap.”
31. A fenti állításokhoz kapcsolódtak az egyes kommunikációs eszközökön azoknak a helyzeteknek a leírásai, amikor a termék alkalmazása célszerű (például „Átlagon felül kell teljesítened?”, „Nehéz prezentációt tartok”, „Fontos ügyféllel találkozom”, stb.).
32. A termék szedésével kapcsolatos információkkal összefüggésben az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a honlapi tájékoztatás szerint a termék „akár rendszeresen is szedhető”, illetve a PR cikk megemlíti – többek között -, hogy „Az ember életében sokszor előfordul, hogy átlagon felül kell teljesítenie, ilyen esetekben bizony elkél a segítség. (...) egy kis támogatás mindig jól jön. A Berocca egyedülálló, klinikailag igazolt formulája segít, hogy ilyenkor is helyt állj, és megfelelj a mindennapok kihívásainak. Kinek ajánljuk? Ha a napod fontos meetingekből, szűkös határidőkből, koraesti edzésekből és gyors étkezésekből áll, a Beroccát neked fejlesztettük ki. Ha hosszú volt az éjszaka, de másnap mégis szeretnéd a legjobb formádat hozni, hívd segítségül a Beroccát! Ha szeretnél mindig eggyel jobban teljesíteni, a Berocára bátran számíthatsz.”.
33. Az egyes állítás-típusok az alábbi konkrét kommunikációs eszközökön, és a következő jellemzőkkel jelentek meg. Az eljáró versenytanács a bírságszámítás szempontjából a X. fejezetben releváns összegeket vastagítottan jelöli az alábbi, és a további, kommunikációs eszközökkel kapcsolatos információkat ismertető táblázatokban is.

Élelmiszer (étrend-kiegészítő pezsgőtabletta)						
	Kommunikációs eszköz	Megjelenés helye	Megjelenés száma	Megjelenés időpontja	Megjelenés egyéb jellemzői	Költség (Ft) ¹⁸
Első típusú állítás	kétoldalas szórólap ¹⁹	13 kiemelt bevásárló központban	6.000 db	2015. március 4 - június 8.	15x15 cm	[ÜZLETI TITOK]
	roll-up (rendezvényes)	irodaházak, irodai kintinok	1 db ²⁰	2015. február - április	–	[ÜZLETI TITOK]
	kétoldalas szórólap étrend-kiegészítő termékmintával ²¹	ételfutár partnerek	22.000 db	2015. február - április	–	[ÜZLETI TITOK]
	étermi tálcaalátét	irodai kintinok	40.000 db	2015. február - április	–	[ÜZLETI TITOK]
	rendezvényes installáció (kapu két oszloppal) ²²	irodaházak, irodai kintinok	3 db	2015. február - április	2 m magas, 0,6 m átmérőjű henger alakú oszlop	[ÜZLETI TITOK]
Második típusú	televíziós reklám ²³	országos csatornák tv	14.669 alkalom	2015. január - december	30 sec	[ÜZLETI TITOK]
	on-line hirdetés (pre-roll videó)	Youtube	285.000	2015. május 4 - június 13.	–	[ÜZLETI TITOK]
Harmadik típusú állítás	roll-up (vásárláshelyi)	irodaházak, irodai kintinok	1 db ²⁴	2015. február - április	–	[ÜZLETI TITOK]
	displayre kommunikációs elem (korona)	patikai belső tér	300 db fajtánként (3 termék)	2014. november 2015. február	18x49 cm	[ÜZLETI TITOK]
	polctálca	patikai belső tér	180 db	2014. november - 2015. február	12x3 cm	[ÜZLETI TITOK]
Negyedik típusú állítás	sajtóhirdetés	Világgazdaság	1 alkalom	2015. július 2	1/8 (90*150 mm)	[ÜZLETI TITOK]
		HVG	1 alkalom	2015. július 11.	¼ álló (88.5*119.5 mm)	
		Figyelő	1 alkalom	2015. július 2.	¼ álló (85*127 mm)	

¹⁸ VJ/82-42/2016.

¹⁹ „berocca_szorolap_15x15cm_v3_ai” elnevezéssel.

²⁰ Az eljárás alá vont 2 db megjelenésről nyilatkozott, kétféle (egyik a „Pörgős nap...” szlogenű, másik a „Gondolkodj élesebben...” szlogenű) kereskedelmi kommunikáció tekintetében, így a kétféle attrap kapcsán 1-1 megjelenés azonosítható.

²¹ „berocca_szorolap_15x15cm_termékmintavas_l_v3_ai” elnevezéssel.

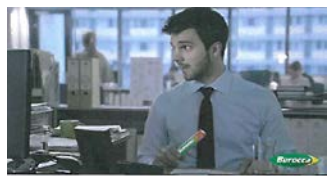
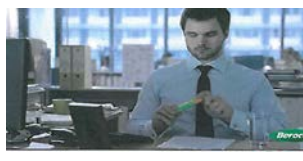
²² VJ/82-27/2016., „Rendezvényes installáció” mappában „WP_20150305_08_15_25_Pro” elnevezéssel; a rendezvényes installáció esetében a rendelkezésre álló kommunikációs eszközök alapján annak része volt a hostess pult is.

²³ „Berocca_Spot_20150619” és „Berocca_Bigday_30sec_recut_v002_FinalAudio” elnevezéssel.

²⁴ Az eljárás alá vont 2 db megjelenésről nyilatkozott, kétféle (egyik a „Pörgős nap...” szlogenű, másik a „Gondolkodj élesebben...” szlogenű) kereskedelmi kommunikáció tekintetében, így a kétféle attrap kapcsán 1-1 megjelenés azonosítható.

	rádióreklám ²⁵	Class FM (Morning Show)	35 közvetítés (17+18 db)	2015. június 22 - július 10.	–	[ÜZLETI TITOK]
Ötödik típusú állítás	rádióreklám ²⁶	Class FM (Morning Show)	52 db	2015. február és április	30 sec	[ÜZLETI TITOK]
Hatodik típusú állítás	honlap főoldala	„Mi is a Berocca pezsgőtabletta?” cím alatt	–	2015. február - 2016. augusztus	–	[ÜZLETI TITOK]
Hetedik típusú állítás	PR cikk ²⁷	444.hu. Playboy.hu	1 alkalom	2015. március	–	[ÜZLETI TITOK]

34. A fentiek alapján az érintett állítást tartalmazó televíziós reklámot²⁸ sugározták országos televízió csatornák, illetve a sajtóhirdetés megjelent országos terjesztésű időszakos lapban.
35. A kommunikációs eszközök közül a televíziós reklám tartalma például az alábbiak szerinti (a dőlt betűs kiegészítések az eljáró versenytanácstól, és mivel itt a televíziós reklám teljes tartalma szerepel, ez az 1. számú mellékletben nem jelenik meg újra).

A televíziós reklám látható/hallható/olvasható elemei			
			
	Kolléga: Berocccával indítasz?	Férfi: Ja. Kemény napom lesz.	Férfi: A főnök mindjárt rám tör az ajtón.
			
Férfi: Egy halom munkát dob az asztalomra.	Férfi: persze SOS, van rá max. 1 óra. Főnök: Egy óra!	Férfi: Utána egy súlyos prezentáció.	Férfi: Onnan vissza dolgozni.
			
Férfi: Besegíték a beszámolóban.	Férfi: Zolinak, mint mindig.	Férfi: Egy kis kondi.	Férfi: Végül vacsora.
			

²⁵ „Berocca-Big days 30 Radio mod” elnevezéssel.

²⁶ „Berocca-Big days 30 Radio _uj” elnevezéssel.

²⁷ „Meeting, határidő (...)” címmel.

²⁸ „Berocca_Spot_20150619” és „Berocca_Bigday_30sec_recut_v002_FinalAudio” elnevezéssel.

Férfi: Az anyósomékkal.		Narrátor: A Berocca egyedülálló, klinikailag igazolt formulája emeli a szellemi teljesítményt. A kioldódás során az alábbi hatóanyagok neve olvasható: B-vitamin, C-vitamin, magnézium, kalcium, cink, majd egy pohár látható, és a termék doboza.	Narrátor: És a fizikai állóképességet.
Narrátor és felirat: Pörgős nap? Indíts Beroccával! Most keresd a patikákban! A végén az apró betűs felirat: A Berocca étrend-kiegészítő készítmény. Az étrend-kiegészítő nem helyettesíti a kiegyensúlyozott, vegyes étrendet és az egészséges életmódot.			

II. Gyógyszerre (Berocca Performance vény nélkül kiadható gyógyszer) vonatkozó kereskedelmi kommunikáció

36. A gyógyszerre (Berocca Performance) vonatkozó, azt konkrétan nevesítő azon kommunikációs eszköz, rádióreklám²⁹ szerinti, jelen pontban releváns, azaz a szellemi teljesítmény és a fizikai állóképesség növelésére (emelésére) vonatkozó tájékoztatás a következő: „Tudtad, hogy kutatások igazolják, hogy a Berocca Performance javítja a szellemi teljesítményt, az állóképességet és a koncentrációt?”. Ezt követően a rádióreklámban hallható a termékre, termék kategóriára utaló tájékoztatás is, mely szerint „A Berocca Performance filmtabletta (...) Kapható a patikákban. A kockázatokról és mellékhatásokról olvassa el a beteg tájékoztatót, vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét.”.
37. A kommunikáció országos lefedettséggel rendelkező rádióban hangzott el 2015. június-júliusában, a megjelenés részletesebb jellemzői az alábbiak.

Gyógyszer (Berocca Performance tablettá)					
Kommunikációs eszköz	Megjelenés helye	Megjelenés száma	Megjelenés időpontja	Megjelenés egyéb jellemzői	Költség (Ft)
rádióreklám	Class FM (Morning Show)	10	2015. június 22-26., július 6-10.	15 sec	[ÜZLETI TITOK]

III. Élelmiszerre és gyógyszerre egyaránt vonatkozó kereskedelmi kommunikációk

38. Az eljáró versenytanács az alábbiakban azokat a kereskedelmi kommunikációkat ismerteti, amelyeken a két termék (élelmiszer, gyógyszer) együtt, egymás mellett jelent meg, a szellemi teljesítmény és fizikai állóképesség növelésére (emelésére) vonatkozó vizsgált állítás kíséretében, és ezen kommunikációk esetében az alábbi állítás-típusok azonosíthatóak (az egyes kommunikációs eszközökön ezekhez képest kisebb mértékben eltérhettek az állítások).
39. Az ezen pont szerinti állítás-típusok esetében az eljáró versenytanács a termék kategóriára vonatkozó tájékoztatást az egyes típusokhoz kapcsolódóan ismerteti.
40. A vizsgálat az alábbiakban a releváns állítások típusait ismerteti, majd azt összegzi, hogy az adott állítást tartalmazó kommunikációs eszközhöz milyen megjelenési- és költség adatok kapcsolódtak.

²⁹ „Berocca_Spot_20150619” elnevezéssel.

Figyelemmel arra, hogy a mindkét terméket népszerűsítő kereskedelmi kommunikációk esetében a termékkategóriára vonatkozó tájékoztatás is értékelendő, a vizsgálat az alábbiakban az erre vonatkozó közléseket is ismerteti.

41. Az egyes állítás-típusok a szellemi teljesítmény és fizikai állóképesség növelésére (emelésére) vonatkozóan, és az ezekhez kapcsolódó tájékoztatások a termékkategóriáról tehát az alábbiak voltak:
- első típusú állítás:
 - „*Pörgős nap? Indíts Beroccával! Szellemi teljesítmény, Fizikai állóképesség*”;
 - „*A Berocca Performance filmtabletta vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó vény nélkül kapható gyógyszer. A Berocca pezsgőtabletta vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó étrend-kiegészítő készítmény.*”;
 - második típusú állítás:
 - „*Pörgős nap? Indíts Beroccával! (...) Az innovatív összetételű Berocca olyan vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmaz, amelyek növelik a szellemi teljesítményt és a fizikai állóképességet*”;
 - „*A Berocca Performance filmtabletta vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó vény nélkül kapható gyógyszer. A Berocca pezsgőtabletta vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó étrend-kiegészítő készítmény.*”;
 - harmadik típusú állítás:
 - „*Gondolkodj élesebben, cselekedj okosabban! Szellemi teljesítmény, fizikai állóképesség*”;
 - „*A Berocca Performance filmtabletta vény nélkül kapható gyógyszer. A Berocca pezsgőtabletta étrend-kiegészítő készítmény.*”;
 - negyedik típusú állítás:
 - „*A Berocca emeli a szellemi és fizikai teljesítőképességet*”;
 - „*A Berocca pezsgőtabletta étrend-kiegészítő készítmény. A Berocca Performance filmtabletta ásványi anyagokat tartalmazó vény nélkül kapható gyógyszer.*”;
 - ötödik típusú állítás:
 - „*Gondolkodj élesebben, cselekedj gyorsabban! A Beroccát kifejezetten arra tervezték, hogy emelje a szellemi és fizikai teljesítményt.*”; a hivatkozott rész folytatása: „*Mindez azért lehetséges, mert egyedi formulájának összetevői épp olyan teljesítményorientáltak, mint te.*”;
 - a honlap „Berocca” cím alatti része esetében: „*A Berocca Performance filmtabletta vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó vény nélkül kapható gyógyszer. A Berocca pezsgőtabletta vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó étrend-kiegészítő készítmény.*”, a honlap „GYIK” cím alatti részében: „*A Berocca pezsgőtabletta vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó vízben oldódó ízesített pezsgőtabletta. A Berocca Performance filmtabletta vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó, vény nélkül kapható gyógyszer.*”;
 - hatodik típusú állítás:
 - „*Berocca azoknak, akik gyors élettempóhoz szoktak: élesebben akarnak gondolkodni és gyorsabban cselekedni. A keményen dolgozó férfiaknak és nőknek szükségük van a magas szintű szellemi és fizikai teljesítőképességre.*”; a hivatkozott részhez kapcsolódó, több diával később elhelyezett tájékoztatás: „*Nagy dózisban tartalmaz B- és C-vitaminokat illetve ásványi anyagokat, melyeknek kiemelkedő szerepük van a szervezet energiatermelő folyamatainak támogatásában.*”;

- Termékkategóriára vonatkozó tájékoztatás: „Berocca pezsgőtabletta” és a termékfotó alatt „Étrend-kiegészítő”, továbbá „Berocca filmtabletta” és a termékfotó alatt „Vény nélkül kapható gyógyszer”.

42. A fentiek szerinti állítás-típusok az alábbi konkrét kommunikációs eszközökön jelentek meg és a következők szerinti jellemzőkkel.

Élelmiszer és gyógyszer						
	Kommunikációs eszköz	Megjelenés helye	Megjelenés száma	Megjelenés időpontja	Megjelenés egyéb jellemzői	Költség (Ft)
Első típusú	óriásplakát	országos lefedettség	350 db	2015. február	504x238 cm	[ÜZLETI TITOK]
	banner ³⁰	Index.hu, HVG, 444.hu stb.	7.207.121	2015. március, 2015. május 25 - június 14.	többféle méretben	[ÜZLETI TITOK]
Második típusú állítás	hirdetés	Pingvin webshop	4.500 db	2015. október	–	[ÜZLETI TITOK]
Harmadik típusú állítás	attrap ³¹	patikai belső tér	1.800 db	2015. január - február	kétféle méretben (15x20 és 30x35 cm)	[ÜZLETI TITOK]
	„Lama” display	patikai belső tér	300 db	2015. január - február	37x37x135 cm	[ÜZLETI TITOK]
Negyedik típusú állítás	televíziós reklám ³²	országos tv csatornák	2.523	2015. szeptember-november	25 sec	[ÜZLETI TITOK]
Ötödik típusú állítás	honlap aloldala	„Berocca” cím alatt, „GYIK” cím alatt	–	2015. február - 2015. október 31.	–	[ÜZLETI TITOK]
Hatodik típusú állítás	kereskedelmi prezentáció	7 patikalátogató mutatta be [ÜZLETI TITOK]	kb. 1.500 prezentáció	2015. január - február és december	iPad-en prezentálva	[ÜZLETI TITOK]

43. A banner tekintetében az eljáró versenytanács ismerteti, hogy azon a termékkategóriára vonatkozó információ a reklám sarkában elhelyezett csillag (*) alatti tájékoztatás formájában jelent meg. Az eljárás alá vont előadta, hogy a bannerek pusztán a figyelemfelkeltést szolgálták, amelyek esetében a honlapon egy kattintással részletes információk és teljes tájékoztatás volt elérhető, ideértve a termékkategóriák jogszabályban előírt figyelmeztető szövegét is. Ezzel összefüggésben az eljáró versenytanács utal arra, hogy a honlapon a fentebb (ötödik típusú állítás alatt) ismertetett releváns tájékoztatás volt elérhető.
44. A fentiek alapján a bemutatott állítások 19 megye területén jutottak el a fogyasztókhoz a patikákban, illetve nagyszámú fogyasztót elérő weboldalon is megjelentek 2015. évben.
45. A táblázatban szereplőkön túlmenően az eljárás alá vont olyan, 2015 januárja és 2016 márciusa között alkalmazott on-line hirdetéseket³³ (Google Search, Google Display Network) is a GVH

³⁰ „Berocca_VITDRNK_20032015_CEMPSALEHOUSE_90368598”

és

„Berocca_VITDRNK_27032015_INFINITYSALESHOUSEHOUSE_90369150” elnevezéssel.

³¹ „Bayer_Berocca_attrap_print_pdf” elnevezéssel.

³² „Berocca_Big_Day_25sec_TVC_V3_20150819” elnevezéssel.

³³ VJ/82-42/2016.

rendelkezésre bocsátott, amelyek esetében a szöveget tudta ismertetni (magának az eszköznek a benyújtása nélkül). A benyújtott 20 hirdetés mindössze 4 tartalmaz az ügyindító végzésben megjelölttel tartalmilag azonos, a szellemi- illetve fizikai állóképesség emelésére (növelésére) vonatkozó állítást, és ezek mindkét terméket érintik, így jelen pontban ismertetni ezek tartalmát az eljáró versenytanács. A releváns állítások az alábbiak voltak:

„Berocca B-vitaminnal a jobb teljesítményért”,
 „Fokozd fizikai teljesítményed B-vitaminnal: Berocca”,
 „Növeld állóképességed komplex multivitaminnal!”,
 „A jobb teljesítményért”.

46. A mindkét terméket megjelenítő kommunikációs eszközök közül például a papír alapú kereskedelmi kommunikációk az alábbi példa szerinti tartalommal és megjelenéssel készültek.³⁴



47. A televíziós reklám pedig az alábbiak szerinti tartalommal jelent meg (dőlt betűs kiegészítések az eljáró versenytanácstól; a televíziós reklám leírása ezen esetben is teljes terjedelmű, így ezen reklámfilm ismertetése sem olvasható az előzetes álláspont 1. számú mellékletében).

A televíziós reklám látható/hallható/olvasható elemei			
			
	Kolléga: Beroccával indítasz?	Férfi: Ja. Kemény napom lesz.	Férfi: Egy halom munka.
			
Férfi: Egy súlyos prezi.	Férfi: Rengeteg lépcső.	Férfi: Jelentések.	Férfi: Edzés.

³⁴ Forrás: attrap.

			
Férfi: Végül vacsora.	Narrátor: A Berocca emeli a szellemi teljesítményt.	A kioldódás során az alábbi hatóanyagok neve olvasható: B-vitamin, C-vitamin, magnézium, kalcium, cink, majd egy pohár látható, és a termék doboza.	Narrátor és felirat: Pörgős nap? Indíts Berocccal! Most keresd a patikákban! Apró betűs felirat: A Berocca étrend-kiegészítő készítmény. Az étrend-kiegészítő nem helyettesíti a kiegyensúlyozott, vegyes étrendet és az egészséges életmódot.
 Narrátor: A Berocca Performance elérhető filmtabletta formátumban. A kockázatokról és a mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét! Kiemelten olvasható: Berocca Performance tabletta. EP kártyára is megvásárolható. Apróbetűvel olvasható: A Berocca Performance filmtabletta ásványi anyagokat tartalmazó vény nélkül kapható gyógyszer. Bayer Hungaria Kft. A kockázatokról és a mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét!			

B. A termékkategória jelölése szempontjából releváns kereskedelmi kommunikációk

48. Ezen pontban az eljáró versenytanács azokat a kommunikációs eszközöket ismerteti, amelyek esetében az eljárás alá vont a szellemi teljesítmény és fizikai állóképesség növelésére (emelésére) vonatkozó, vizsgált állítást nem tett, ugyanakkor a reklámok a termékek egymás mellett történő feltüntetése miatt a vizsgálat tárgyát képezik a termékkategóriára vonatkozó tájékoztatások megjelenítésére tekintettel.
49. A csoportosítás a GVH általi, és nem igazodik a kommunikációs eszközök eljárás alá vont általi rendszerezéséhez.
50. Az érintett kommunikációk az alábbi konkrét kommunikációs eszközökön jelentek meg és a következők szerinti jellemzőkkel.

A termékkategória jelölése szempontjából releváns kereskedelmi kommunikációk						
Termékkategóriára vonatkozó tájékoztatás	Kommunikációs eszköz	Megjelenés helye	Megjelenés száma	Megjelenés időpontja	Megjelenés egyéb jellemzői	Költség (Ft)
„A Berocca Performance filmtabletta vény nélkül kapható gyógyszer. A	plakát (akciós)	patikai belső tér	4.000 db	2015. január - február	A4 ³⁵	[ÜZLETI TITOK]

³⁵ VJ/82-71/2016.

Berocca pezsgőtabletta étrend-kiegészítő készítmény.”						
„A Berocca Performance filmtabletta vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó vény nélkül kapható gyógyszer. A Berocca pezsgőtabletta vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó étrend-kiegészítő készítmény.”	ablak fólia	patika ablaka (kültérre néző)	10 db	2016. január, április	egyedi méreteken, 44*10 cm és 182*233 cm között	[ÜZLETI TITOK]
	aláíró tolltartóhoz betétlap	patikai belső tér	100 db	2015. január - február	–	[ÜZLETI TITOK]
	aláírópad	patikai belső tér	900 db	2015. január - február	A/5 és A/4 méretben	[ÜZLETI TITOK]
	világító tábla	patikai belső tér	60 db	2015. január - április	egyedi méreteken, 62*16 cm és 110*143 cm között	[ÜZLETI TITOK]
	épületháló	3 budapesti helyszín	helyszínenként 1 db	2015. január	11*18.3 m 210 m ² 12.8*13 m	[ÜZLETI TITOK]
„A Berocca pezsgőtabletta vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó étrend-kiegészítő készítmény.”	banner ³⁶	Piac és Profit, Figyelo.hu stb.	–	2015. május 4 - június 13.	–	[ÜZLETI TITOK]

51. A fentiek alapján a bemutatott állítások 19 megye területén jutottak el a fogyasztókhoz a patikákban, illetve nagyszámú fogyasztót elérő weboldalon is megjelentek.
52. A *banner* tekintetében az előző pontban jelzettek az irányadóak.
53. Az érintett kommunikációs eszközök az alábbi példa szerinti tartalommal és megjelenéssel készültek.³⁷
- 54.

³⁶ „Berocca_VITDRNK_10062015_MCORPPORTFOLIO_90375612” elnevezéssel.

³⁷ Forrás: ablak fólia.



IV.2. A célcsoport és a reklámügynökségi brief³⁸

55. Az eljárás alá vont nyilatkozatában ismertette, hogy az érintett termékek célcsoportját azok a 30 és 44 év közötti férfiak és nők képezik, akik pörgős életet élnek, és folyamatosan formában akarnak maradni. A célcsoportba tartozó személyek számára fontos, hogy ne veszítsenek időt, és folyamatosan tudjanak teljesíteni.³⁹ Ehhez igazodó megállapításokat tartalmazott a patikalátogatók által bemutatott, fent hivatkozott kereskedelmi prezentáció is, melyben az alábbi tájékoztatás szerepelt: „Berocca azoknak, akik gyors élettempóhoz szoktak: élesebben akarnak gondolkodni és gyorsabban cselekedni. A keményen dolgozó férfiaknak és nőknek szükségük van a magas szintű szellemi és fizikai teljesítőképességre”.
56. Az eljárás alá vont által benyújtott, a vizsgált kampányhoz kapcsolódó, 2014 szeptemberében készült reklámügynökségi brief-nek a [ÜZLETI TITOK] című része mutatja be, hogy [ÜZLETI TITOK] E [ÜZLETI TITOK]. A brief megállapítása szerint [ÜZLETI TITOK]
57. A brief az alábbi [ÜZLETI TITOK]
58. A reklámügynökségi brief [ÜZLETI TITOK] című része szerint a márka fogyasztói [ÜZLETI TITOK].
 - A brief szerint az érintett fogyasztók az alábbi jellemzőkkel bírnak: [ÜZLETI TITOK].
 - A brief szerint az érintett fogyasztók igényei az alábbiak: [ÜZLETI TITOK]
59. A reklámügynökségi brief [ÜZLETI TITOK] című része azt mutatja be, hogy a fogyasztók általánosságban véve milyen preferenciákkal rendelkeznek termékvásárláskor.⁴⁰
60. A hivatkozott rész [ÜZLETI TITOK]
61. A reklámügynökségi brief [ÜZLETI TITOK] című része szerint [ÜZLETI TITOK]
62. A hivatkozott rész szerint [ÜZLETI TITOK]

IV.3. A kampány hatása, hatékonysága

63. A patikalátogatók által patikákban bemutatott, és a fentiekben is említett prezentációs anyag szerint a „reklám kampány hatására januárban többszörösére nőtt a patikai eladás”. A prezentációban látható

³⁸ VJ/82-7/2016.

³⁹ VJ/8-2/2016., 11. pont.

⁴⁰ VJ/82-42/2016., 9. pont.

ábra szerint 2014. decemberi eladáshoz képest a 2015. januári eladási eredmények a „Berocca filmtabletta 30x” esetében 262%-kal, a „Berocca pezsgőtabletta 30x” esetében 481%-kal, a „Berocca pezsgőtabletta 15x” esetében 737%-kal voltak magasabbak.

64. Az eljárás alá vont előadta ugyanakkor,⁴¹ hogy [ÜZLETI TITOK]
65. Fentiekre utalva az eljárás alá vont ismertette azt is, hogy [ÜZLETI TITOK]
66. Az eljárás alá vont benyújtotta a fentiekben hivatkozott elemzést⁴², ugyanakkor kiemelte⁴³, hogy az elemzés során a reklám értékelésével kapcsolatos rész kizárólag a Berocca pezsgőtabletta televíziós reklámjára vonatkozott, a Berocca Performance-t nem vizsgálták.
67. Az elemzés reklám értékelésével kapcsolatos része szerint [ÜZLETI TITOK]
68. Ezen túlmenően a Berocca termék tekintetében az elemzés során [ÜZLETI TITOK]
69. Az elemzés [ÜZLETI TITOK]

IV.4. A vizsgált kereskedelmi gyakorlattal elért előny

70. Az eljárás alá vont előadása alapján az érintett termékekből a forgalmazás teljes időszakában (2014. november - 2016. szeptember) származó árbevétele összesen: [ÜZLETI TITOK]⁴⁴, a vizsgált kereskedelmi kommunikációk elérhetőségének ideje alatt, azaz 2016. augusztus 31-ig pedig [ÜZLETI TITOK] (ebből [ÜZLETI TITOK] származott a Berocca Performance értékesítéséből, és [ÜZLETI TITOK] a 15, illetve 30 darabos Berocca pezsgőtablettáéból). A vonatkozó adatok részletes bontását a határozat 2. számú melléklete tartalmazza.

IV.5. Az érintett termékekre vonatkozó állításokkal kapcsolatos bizonyítékok

71. Az eljáró versenytanács alábbiakban ismerteti a vizsgált kereskedelmi gyakorlat jogszerűségének alátámasztása céljából az eljárás alá vont által benyújtott bizonyítékok körét, illetve azok releváns részeit.

IV.5.1. Szakirodalom (mindkét termék vonatkozásában)

72. Az eljárás alá vont az érintett termékekkel kapcsolatos, a fizikai állóképesség, illetve szellemi teljesítmény emelésére (növelésére) vonatkozó kereskedelmi kommunikációk szakirodalmi alátámasztása céljából öt klinikai vizsgálat publikációját küldte meg a GVH részére – annak megjelölése mellett, hogy mely anyagot mely termékkel kapcsolatos kommunikáció alátámasztására tart alkalmasnak. A kutatási anyagok mindegyike az eljárással érintett étrend-kiegészítő, illetve gyógyszer termék hatóanyag nélküli szerhez⁴⁵ (placebo) képest kifejtett hatását ismertette.
73. A kutatási anyagok bemutatását az eljáró versenytanács az értékelésben kifejtettekre figyelemmel mellőzi (azok ugyanakkor megtalálhatóak a versenyfelügyeleti eljárás iratanyagában, a VJ/82-25/2016. szám alatt).

IV.5.2. Alkalmazási előírás⁴⁶ (Berocca performance filmtabletta vonatkozásában)

74. Az eljárás alá vont a Berocca Performance filmtabletta hatásmechanizmusa, jótékony hatásai kapcsán az alkalmazási előírásban és betegájékoztatóban foglaltakra hivatkozott.⁴⁷ Figyelemmel arra, hogy a jelen eljárásban a vizsgált kereskedelmi gyakorlat megítélése szempontjából az alkalmazási előírás jelentőséggel bír, az eljáró versenytanács az alábbiakban annak releváns tartalmát ismerteti.
75. Az alkalmazása előírás „4.1 Terápiás javallatok” része szerint a termék

⁴¹ VJ/82-2/2016., 6. és 7. pont.

⁴² VJ/82-28/2016., VJ/82-43/2016.

⁴³ VJ/82-43/2016.

⁴⁴ VJ/82-2/2016., 5. melléklet.

⁴⁵ <http://www.patikamagazin.hu/cikk/index/18888/a-hatoanyag-nelkuli-gyogyszer-is-gyogyithat-ime-a-placebo-hatas.html>

⁴⁶ VJ/82-46/2016.

⁴⁷ VJ/82-25/2016., 7. pont (P/1240-7/2015.).

„Fokozott szükséglet vagy csökkent bevitel okozta C- és B-vitaminhiányos állapotokban javasolt.

Fokozott szükséglet vagy csökkent bevitel okozta cinkhiányos állapotokban javasolt.”

76. Az alkalmazási előírás „5.1 Farmakodinámiai tulajdonságok” része pedig a következőket tartalmazza:
- „(...) A központi idegrendszer optimális működéséhez és ehhez kapcsolódóan a kognitív funkciók a mikrotápanyagok széles skálájától függenek. A készítményben található mikrotápanyagok fontos szerepet játszanak az agy energia metabolismusában, a neurotranszmitterek szintézisében, a receptor kötésben, a membrán ionpumpájának működésében, az agyi vérellátásban, az idegsejtek védelmében és a neurotransmisszióban, mielinizációban, stb. Ezeknek a mikrotápanyagoknak a hiánya fáradtságot, koncentrációs nehézségeket, feledékenységet, memóriacsökkenést, zavartságot, hangulatzavarokat, szorongást okoz, amelyek mindegyike negatívan befolyásolja a kognitív funkciókat és a szellemi teljesítőképességet. A készítmény több mint 4 héten át tartó alkalmazása jelentősen javítja az általános mentális egészség, a fizikális energia, a koncentráció, a fizikális és a szellemi kitartás értékelését és csökkenti a szubjektív stresszt és szellemi fáradtságot. Továbbá a pótlás javította a kognitív teljesítőképesség néhány objektív eredményét.”

IV.5.3. Engedélyezett állítások⁴⁸ (a Berocca pezsgőtabletta vonatkozásában)

77. Az eljárás alá vont a Berocca pezsgőtablettában található egyes vitaminok és ásványi anyagok vonatkozásában az Európai Bizottság által engedélyezett – az élelmiszerekkel kapcsolatos, tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó állításokról szóló 1924/2006/EK rendelet 13. cikk (3) bekezdésében meghatározott, s a nem a betegségek kockázatának csökkentését, illetve a gyermekek fejlődését és egészségét érintő, élelmiszerekkel kapcsolatos, egészségre vonatkozó állítások jegyzékének megállapításáról szóló 432/2012/EU rendelettel megállapított – ún. közösségi listán szereplő állításokról az alábbi táblázatot csatolta.
78. A táblázat tekintetében az eljáró versenytanács kiemeli, hogy az egyes állítások kapcsán az alkalmazási feltétel az, hogy a 1924/2006/EK rendelet melléklete szerint legalább ásványi anyag, illetve vasforrásnak minősüljön a termék. Ennek a termék abban az esetben tesz eleget, ha napi adagja jelentős mennyiséget tartalmaz. A jelentős mennyiség az 1169/2011/EU rendelet XIII. melléklete alapján, az ott meghatározott referenciaérték 15%-a.
79. A fentiekre figyelemmel a táblázatot az eljáró versenytanács kiegészítette az egyes tápanyagok kapcsán az 1169/2011/EU rendelet XIII. melléklete alapján számított jelentős mennyiséggel, amit a táblázat első oszlopában az egyes összetevők kapcsán külön-külön tüntetett fel.
80. A táblázat kiegészített változata a következők szerinti (dőlt betűs kiemelések az eljáró versenytanácstól).

⁴⁸ VJ/82-25/2016. (P/1240-7/2015., 6. melléklet).

Berocca pezsgőtabletta					
Termék / összetevő és annak jelentős mennyisége	Termékre / összetevőre vonatkozóan alkalmazott állítások	Termékben található tápanyag/ anyag mennyisége ⁴⁹	Alapul vett EFSA állítás szövege	Alapul vett EFSA állítás száma (a konszolidációs listán)	A Bizottság rendelete
B1-vitamin (tiamin) 0,165 mg	Emeli (növeli) a fizikai állóképességet (teljesítményt)	11,8 mg*	A tiamin hozzájárul a szív megfelelő működéséhez.	20	432/2012/EU
	Emeli (növeli) a szellemi teljesítményt		A tiamin hozzájárul a <i>normál</i> pszichológiai funkció fenntartásához	205	432/2012/EU
	Emeli (növeli) a szellemi teljesítményt		A tiamin hozzájárul az idegrendszer <i>normál</i> működéséhez.	22, 27	432/2012/EU
B2-vitamin (riboflavin) 0,21 mg	Emeli (növeli) a szellemi teljesítményt	15 mg	A riboflavin hozzájárul az idegrendszer <i>normál</i> működéséhez.	213	432/2012/EU
	Emeli (növeli) a fizikai állóképességet (teljesítményt)		A riboflavin hozzájárul a <i>fáradtság és a kifáradás csökkentéséhez.</i>	41	432/2012/EU
B3-vitamin (niacin) 2,4 mg	Emeli (növeli) a szellemi teljesítményt	50 mg	A niacin hozzájárul az idegrendszer <i>normál</i> működéséhez.	44, 53	432/2012/EU
	Emeli (növeli) a szellemi teljesítményt		A niacin hozzájárul a <i>normál</i> pszichológiai funkció fenntartásához	55	432/2012/EU
	Emeli (növeli) a fizikai állóképességet (teljesítményt)		A niacin hozzájárul a <i>fáradtság és a kifáradás csökkentéséhez</i>	47	432/2012/EU
B5-vitamin (pantoténsav) 0,9 mg	Emeli (növeli) a szellemi teljesítményt	23 mg	A pantoténsav hozzájárul a <i>normál</i> mentális teljesítményhez	57, 58	432/2012/EU
	Emeli (növeli) a fizikai állóképességet (teljesítményt)		A pantoténsav hozzájárul a <i>fáradtság és a kifáradás csökkentéséhez.</i>	63	432/2012/EU
B6-vitamin (piridoxin) 0,21 mg	Emeli (növeli) a szellemi teljesítményt	8,23 mg**	A B6-vitamin hozzájárul az idegrendszer <i>normál</i> működéséhez.	66	432/2012/EU
	Emeli (növeli) a szellemi teljesítményt		A B6-vitamin hozzájárul a <i>normál</i> pszichológiai funkció fenntartásához	77	432/2012/EU
	Emeli (növeli) a fizikai állóképességet (teljesítményt)		A B6-vitamin hozzájárul a <i>fáradtság és a kifáradás csökkentéséhez.</i>	78	432/2012/EU
B7-vitamin (biotin) 7,5 µg	Emeli (növeli) a szellemi teljesítményt	150 µg	A biotin hozzájárul az idegrendszer <i>normál</i> működéséhez.	116	432/2012/EU

⁴⁹ Az adatok megfelelnek a termék 2014. december 8-i notifikációs dokumentumában foglaltaknak, amely a VJ/82-25/2016. szám alatt található (P/1240-7/2015., 5. melléklet). Ugyanezen iratban fellelhető a 2014. június 3-i notifikációs dokumentum is, amelynek figyelembe vételével megállapítható, hogy az összetétel annyiban módosult, hogy korábban a B1-vitamin mennyiségénél 15 mg szerepelt.

	Emeli (növeli) a szellemi teljesítményt		A biotin hozzájárul a <i>normál</i> pszichológiai funkció fenntartásához	120	432/2012/EU
B12-vitamin (cianokobalamin) 0,375 µg	Emeli (növeli) a szellemi teljesítményt	10 µg	A B12-vitamin hozzájárul az idegrendszer <i>normál</i> működéséhez.	95, 97, 98, 100, 102, 109	432/2012/EU
	Emeli (növeli) a szellemi teljesítményt		A B12-vitamin hozzájárul a <i>normál</i> pszichológiai funkció fenntartásához	95, 97, 98, 100, 102, 109	432/2012/EU
	Emeli (növeli) a fizikai állóképességet (teljesítményt)		A B12-vitamin hozzájárul a <i>fáradtság és a kifáradás csökkentéséhez.</i>	108	432/2012/EU
C-vitamin 12 mg	Emeli (növeli) a szellemi teljesítményt	500 mg	A C-vitamin hozzájárul az idegrendszer <i>normál</i> működéséhez „intenzív testmozgás alatt vagy azt követően”	133	432/2012/EU
	Emeli (növeli) a szellemi teljesítményt		A C-vitamin hozzájárul a <i>normál</i> pszichológiai funkció fenntartásához	140	432/2012/EU
	Emeli (növeli) a fizikai állóképességet (teljesítményt)		A C-vitamin hozzájárul a <i>fáradtság és a kifáradás csökkentéséhez.</i>	139, 2622	432/2012/EU
Cink 1,5 mg	Emeli (növeli) a szellemi teljesítményt	10 mg	A cink hozzájárul a <i>normál</i> szellemi működés fenntartásához.	296	432/2012/EU
Folsav 30 µg	Emeli (növeli) a szellemi teljesítményt	400 µg	A folát hozzájárul a <i>normál</i> pszichológiai funkció fenntartásához	81, 85, 86, 88	432/2012/EU
	Emeli (növeli) a fizikai állóképességet (teljesítményt)		A folát hozzájárul a <i>fáradtság és a kifáradás csökkentéséhez.</i>	84	432/2012/EU
Kalcium 120 mg	Emeli (növeli) a fizikai állóképességet (teljesítményt)	100 mg	A kalcium hozzájárul a <i>normál</i> izomműködéshez	226, 230, 235	432/2012/EU
	Emeli (növeli) a fizikai állóképességet (teljesítményt)		A kalcium részt vesz a <i>normál</i> ingerületátvitelben	227, 230, 235	432/2012/EU
	Emeli (növeli) a szellemi teljesítményt			227, 230, 235	432/2012/EU
Magnézium 56,25 mg	Emeli (növeli) a szellemi teljesítményt	100 mg	A magnézium hozzájárul az idegrendszer <i>megfelelő</i> működéséhez.	242	432/2012/EU
	Emeli (növeli) a szellemi teljesítményt		A magnézium hozzájárul a <i>normál</i> pszichológiai funkció fenntartásához	245, 246	432/2012/EU
	Emeli (növeli) a fizikai állóképességet (teljesítményt)		A magnézium hozzájárul a <i>fáradtság és a kifáradás csökkentéséhez.</i>	244	432/2012/EU
	Emeli (növeli) a fizikai állóképességet (teljesítményt)		A magnézium hozzájárul a <i>normál</i> izomműködéshez.	241, 380, 3083	432/2012/EU

* Szabad vitamin mennyisége. 15 mg tiamin-hidrokloridnak felel meg.

** Szabad vitamin mennyisége. 10 mg piridoxin-hidrokloridnak felel meg.

81. A táblázat kapcsán az eljárás alá vont előadta, hogy a pezsgőtabletta (étrend-kiegészítő) összetevőinek mindegyikére igaz legalább egy, a fizikai és/vagy a szellemi teljesítménnyel közvetlenül összefüggésbe hozható, az European Food Safety Authority (EFSA) által kezelt ún. konszolidált listán szereplő állítás.⁵⁰ Ismertette az eljárás alá vont továbbá, hogy ezeket az állításokat mintegy megerősítik a készítménnyel végzett klinikai vizsgálatok (amelyeket az általa csatolt szakirodalom ismertet) oly módon, hogy az EFSA állítások szerinti, „a normál”-hoz való „hozzájárulás” módját pontosítják: a vizsgálati eredményekből világosan kiderül, hogy emelik/növelik/javítják az adott teljesítményt.⁵¹
82. A táblázat kapcsán az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a C-vitamin tekintetében elsőként hivatkozott állítás az idézőjelben hivatkozott szöveggel („intenzív testmozgás alatt vagy azt követően”) a táblázat eljárás alá vont által megadott adatainak a 432/2012/EU rendelettel történő összevetése eredményeként került kiegészítésre (egyebekben helytálló a táblázat eljárás alá vont által történő idézése).
83. Egyéb, releváns állítást az eljáró versenytanács a C-vitamin tekintetében azonosított, melyre szintén alkalmazható a „hozzájárul az idegrendszer normál működéséhez” állítás is.

IV.6. A Bayer előadása a megfelelés érdekében tett erőfeszítéseiről

84. Az eljárás alá vont előadta⁵², hogy a Bayer-csoportnak globális célkitűzése, s ily módon a Bayer számára is kiemelt fontossággal bír, hogy az általa forgalmazott termékek reklámozása az irányadó jogszabályokkal összhangban, a legszigorúbb etikai előírásoknak is megfelelően történjen. A megfeleléség-biztosítás tehát globális és helyi szinten is prioritás.
85. E körben az eljárás alá vont ismertette a 2017. július 20. napjáig megtett intézkedéseket, melyek az alábbiak voltak.
86. Az eljárás alá vont előadta, hogy a Bayer központi megfeleléségi programjának újjászervezése 2014 januárjától folyamatosan valósult meg „ICM@Bayer Program” néven, amelyet a Bayer helyi szinten is implementált. Ennek keretében – globálisan – kilenc olyan kiemelkedően releváns kockázati területet határozott meg a vállalatcsoport, ahol önszabályozó jelleggel a központi iránymutatások mentén minden, a Bayer csoportba tartozó vállalat, így maga a Bayer is átvilágította a saját munkafolyamatait, felmérte a lehetséges kockázatokat, majd azok megelőzésére konkrét terveket, monitoring folyamatokat, valamint edukációs tervet dolgozott ki. Ezen, kiemelkedően releváns kockázati területek egyike a termékekkel kapcsolatos kommunikáció. A lokalizációs folyamatok zárásaként 2015. november 16-án ún. kerekasztal beszélgetés zajlott le, melynek keretében a Bayer központ illetékes szakértő kollégáival megvitatásra került a helyi akcióterv és ez alapján mind a mai napig folyamatosan kerülnek megvalósításra a munkafolyamatok, valamint a 2017-es évben megkezdődött az önellenőrzés is.
87. Az eljárás alá vont ismertette, hogy a megfeleléség megvalósítása érdekében globális szinten első lépcsőben a Bayer Pharmaceuticals üzletága alá tartozó (elsősorban vényköteles) gyógyszereket népszerűsítő, egészségügyi szakembereknek szóló ismertető-anyagok, valamint a nem vényköteles gyógyszerek esetén a fogyasztóknak szóló reklámok belső engedélyezésére került bevezetésre egy elektronikus jóváhagyási felület, az egyes felelős szakterületek bevonásával. Ebben a folyamatban egyfelől a törzskönyvezés részéről delegált szereplő biztosítja, hogy az anyagokban szereplő állítások az érintett termék regisztrációs dokumentációjában lévő és a hatóság által is elfogadott információknak is megfelelőjenek, másrészt orvosi-szakmai jóváhagyás biztosítja, hogy az információk tudományos szempontból valósak, alátámaszthatóak és etikailag is megfelelőek

⁵⁰ Az eljárás alá vont „EFSA állítást” nevesített az adatszolgáltatásában, melyet a GVH pontosított az „European Food Safety Authority (EFSA) által kezelt ún. konszolidált listán szereplő állítás”-ra.

⁵¹ VJ/82-25/2016. (P/1240-7/2015.).

⁵² VJ/82-33/2016.

legyenek. A jogi jóváhagyás pedig biztosítja, hogy az állítások megfeleljenek a jogszabályi előírásoknak.

88. A fent említett elektronikus jóváhagyási felület szélesebb körű alkalmazásáról 2016 nyarától a vállalkozás új Belső Eljárásrend („A külsős feleknek szóló helyi Consumer Health anyagok jóváhagyásáról” szóló, ún. SOP, azaz Standard Operating Procedure) rendelkezik⁵³. Az eljárás alá vont ismertette, hogy a leírtaknak megfelelően ez az elektronikus jóváhagyási felület a Consumer Health üzletág által forgalmazott valamennyi termékre – tehát a vény nélkül kapható gyógyszerekre, étrend-kiegészítőkre, gyógyászati segédeszközökre, orvostechikai eszközökre és kozmetikai termékekre is – alkalmazásra kerül, és minden marketing anyagot (ide értve mind az egészségügyi szakemberek felé irányuló kommunikációt, mind a fogyasztóknak szóló reklámokat) az arra szolgáló belső elektronikus jóváhagyási platformon kell előzetesen jóváhagyni. A fentiek alapján a 2017-es évtől kezdődően tehát egy olyan átfogó reklámkampányt, mint amilyen a BEROCCA® termékek bevezetését népszerűsítő kampány is volt 2014-ben, valamennyi reklámeszközre vonatkozóan – beleértve a tévéreklámot, a rádió szpotot, az újsághirdetést, az óriásplakátot stb. – a fenti anyagban meghatározott jóváhagyói körnek kell engedélyeznie.
89. Az eljárás alá vont előadta, hogy az egyes szakterületek bevonása a marketing anyagok közzététele engedélyezésébe a vállalkozás kiemelt alapvetése. A hivatkozott Belső Eljárásrend életbeléptetésével immár kötelező érvénnyel, egyúttal rendszerszinten is biztosított ennek az értéknek az érvényre juttatása, így a fenti folyamat működtetésével a vállalkozás jelenleg és a jövőben is magasabb színvonalon tudja biztosítani, hogy a termékeit népszerűsítő reklámanyagok megfeleljenek a jogszabályi elvárásoknak.
90. Az eljárás alá vont ismertette, hogy a megfelelőség-biztosítás harmadik pillére a belső tréningek és oktatások megszervezése: a szabályzatok meglétén és a megfelelő jóváhagyási folyamatok működtetésén túlmenően a vállalkozás alapvető célkitűzése, hogy a reklámok tervezésével és elkészítésével foglalkozó kollégák megfelelő képzésben részesüljenek az irányadó jogi és etikai elvárásokról. Ebből a célból 2016-ban a Consumer Health Üzletág valamennyi kollégája több ilyen tárgyú belső jogi képzésen is részt vett. A vállalkozás a tréninget az újonnan belépő kollégáknak is megtartotta. Az ismétlődő tréningeken pedig egy-egy aktuális versenyhatósági és fogyasztóvédelmi döntésre fókuszálva mutatja be a jogi környezetet és a joggyakorlatot⁵⁴.
91. Az eljárás alá vont ismertette, hogy a képzések magas, professzionális színvonalának biztosítására a vállalkozás vezetése az alapvető jogi feltételeket összegző útmutatókat adott ki az egyes termék kategóriákra vonatkozóan:
- egy belső jogi útmutatót („Jogi Útmutató”)⁵⁵ és
 - egy szabályzatként elfogadott dokumentumot („Útmutató a Consumer Health üzletág termékeinek reklámozásával kapcsolatos alapvető jogi feltételekről”).⁵⁶
92. Az eljárás alá vont ismertette, hogy a Jogi Útmutató legfrissebb verziója 2017 júliusában került elfogadásra, elkészítéséhez – a megfelelés szándékával – a vállalkozás külső, független szakértő ügyvédi irodát vett igénybe. Az eljárás alá vont előadta, hogy az Útmutatók nem helyettesíthetik a kötelező jogi jóváhagyást, hiszen – ahogyan arról a fentebb hivatkozott Belső Eljárásrend rendelkezik – a Consumer Health üzletág által alkalmazott valamennyi marketing anyagnak kötelező jogi jóváhagyáson kell átesnie, és csak ezt követően kerülhet fogyasztók felé kommunikálásra.

⁵³ Az iratot angol nyelven a VJ/82-33/2016. számú beadvány 1. számú melléklete, magyar nyelvű összegzését pedig a VJ/82-44/2016. számú adatszolgáltatás tartalmazza.

⁵⁴ Az eljárás alá vont csatolta a VJ/82-33/2016. számú beadvány 2. számú mellékleteként csatolta a 2016-os és 2017-es évben tartott tréningek kapcsán felvett jelenléti íveket.

⁵⁵ Az útmutató a VJ/82-33/2016. számú irat 3. számú mellékleteként érhető el.

⁵⁶ Az útmutató a VJ/82-33/2016. számú irat 4. számú mellékleteként érhető el.

93. Az eljárás alá vont ismertette, hogy a már hivatkozott „1CM@ Bayer Program” élethosszig tartó megfelelőségi program jegyében a kockázatok kiértékelése és a munkafolyamatok felülvizsgálata időről időre ismétlődik a megfelelőség biztosítása érdekében. Mindemellett a Bayer, mint az Önszabályozó Reklámtestület (a továbbiakban: ÖRT) tagja a jövőre nézve minden országos televíziós reklámfilm előzetes véleményeztetését vállalja annak érdekében, hogy egy külső, harmadik fél is értékelje a vállalkozás reklámüzeneteinek megfelelőségét.

V.

Az eljárás alá vont vizsgálati szakban előadott álláspontja

V.1. Az alkalmazott állítások kapcsán előadottak

94. Az eljárás alá vont álláspontja szerint⁵⁷ a vizsgált kampány fő üzenete az, hogy az érintett készítmények (filmtabletta, pezsgőtabletta) speciális multivitamin készítmények, amelyek teljesítményorientált emberek speciális igényeire lettek szabva.⁵⁸

V.1.1. A Bayer Berocca Performance (gyógyszer) kapcsán tett előadása

95. A Bayer előadta, hogy az ügyindító végzésben szereplő állítások közül csak a „Tudtad, hogy kutatások igazolják, hogy a Berocca Performance javítja a szellemi teljesítményt, az állóképességet és a koncentrációt?” vonatkozott kifejezetten a Berocca Performance-ra. Ennek kapcsán az eljárás alá vont idézte az alkalmazási előírás fentebb ismertetett „5.1 Farmakodimiai tulajdonságok” című részét.
96. Az eljárás alá vont előadta, hogy az alkalmazási előírás hivatkozott része utal egyrészt arra, hogy a termékkel történtek kutatások, másrészt szerepel benne utalás arra vonatkozóan is, hogy javítja a szellemi teljesítményt, az állóképességet és a koncentrációt. Ez alapján a vállalkozás általános jelleggel igazolhatónak látja azt, hogy a Berocca Performance filmtabletta esetében megfelel az alkalmazási előírásnak az az állítás is, hogy „emeli a fizikai és szellemi teljesítőképességet”.

A fentiek alapján az eljárás alá vont igazolhatónak látja azt, hogy a Berocca Performance esetében a Gyftv. 17. § (1) bekezdés d) pontjában foglalt elvárásnak eleget tett.

V.1.2. A Bayer Berocca pezsgőtabletta (élelmiszer) kapcsán tett előadása

97. A Bayer a pezsgőtablettára alkalmazott állítások tekintetében előadta, hogy a termék összetevőinek mindegyikére igaz legalább egy, a fizikai és/vagy szellemi teljesítménnyel közvetlenül összefüggésbe hozható EFSA állítás.
98. Álláspontja szerint az irányadó jogszabály nem tilalmazza, hogy a jóváhagyott EFSA állításokkal összhangban álló, de azokat a fogyasztók számára jobban érthető formában megfogalmazott állítások kerüljenek alkalmazásra, illetve azt sem tilalmazza, hogy a vállalkozások a jóváhagyott EFSA állítást összegző, általánosabb tartalmú állítást alkalmazzanak. A leírtak miatt az eljárás alá vont nem tartja jogsértőnek a Berocca pezsgőtabletta tekintetében alkalmazott azon állítást, hogy a termék emeli a szellemi és fizikai teljesítőképességet, – mivel azt a termékben lévő vitaminok és tápanyagok alapján használható EFSA állítások támasztják alá. Így például a termék azért emelheti a szellemi teljesítőképességet, mert a tiamin (B1 vitamin) tartalma révén hozzájárul a normál pszichológiai funkció fenntartásához, illetve az idegrendszer normál működéséhez, riboflavin (B2 vitamin) tartalma révén hozzájárul az idegrendszer normál működéséhez, pantoténsav (B5 vitamin) tartalma révén hozzájárul a normál mentális teljesítményhez.
99. Az eljárás alá vont kiemelte, hogy egyik reklámanyagában sem található arra vonatkozóan utalás, hogy a termék a szellemi és fizikai teljesítőképességet a normál szint fölé emelné. Ezzel

⁵⁷ VJ/82-2/2016.

⁵⁸ VJ/82-2/2016., 5. pont.

kapcsolatosan tehát álláspontja szerint a vállalkozás nem állított többet, mint amit a jóváhagyott EFSA állítások alapján lehetséges.

100. Az eljárás alá vont rámutatott, hogy a pezsgőtabletta reklámjaiban hivatkozott állítás, mely szerint a termék emeli a szellemi és fizikai teljesítőképességet, összhangban van a készítmény illetékes hatóság (OÉTI⁵⁹) által jóváhagyott doboz szövegének következő részével is: „A Berocca pezsgőtabletta a kimagasló szellemi teljesítmény és fizikai tevékenységhez szükséges vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazza.”.
101. A fentiek alapján az eljárás alá vont igazolhatónak látja azt, hogy az 1169/2011/EU rendelet 7. cikk (1) bekezdés b) pontjában, illetve az Éltv. 10. § (2) bekezdésében foglaltakat nem sértette meg a Berocca pezsgőtabletta vonatkozásában, illetve nem alkalmazott olyan állítást, amelynek a termék nem felelt meg, így az Fttv. 6. § (1) bekezdésének b) pontja szerinti magatartást sem valósította meg, azaz nem tévesztette meg a fogyasztókat a termék tulajdonsága tekintetében.

V.1.3. A Bayer előadása mindkét termékre vonatkozóan

102. Az eljárás alá vont ismertette⁶⁰, hogy az érintett termékekről klinikai vizsgálatok során bebizonyosodott, hogy javítják a szellemi teljesítményt, a szubjektív jóllétet, csökkentik a szubjektív stresszt. A fizikai fitness bizonyos aspektusait is mérték a vizsgálatok. Ezen vizsgálatokban a termékeket legalább 28 napon át fogyasztották, így a vállalkozás a készítménynek már csak ezért sem tulajdonít azonnali hatást. Kiemelte, hogy ezzel összhangban a pezsgőtabletta csomagolása, illetve a filmtabletta alkalmazási előírása is kúraszerű alkalmazásra utal.
103. Az eljárás alá vont előadta, hogy álláspontja szerint a Berocca termékek reklámozása során nem kommunikálta azt, hogy azok alkalmazásával a fogyasztó azonnali hatást érhet el.
104. Az eljárás alá vont előadása szerint a televíziós reklám a Berocca pezsgőtabletta reklámozására készült, és annak végén pusztán annyi került megemlítésre figyelemfelkeltő jelleggel, hogy a Berocca márkanév alatt a Berocca filmtabletta nem vényköteles gyógyszer is elérhető, azonban a termék tulajdonságai, avagy alkalmazása vonatkozásában a vállalkozás egyáltalán nem kommunikált.

V.2. A Bayer előadása a termékkategóriák feltüntetése kapcsán

105. Az eljárás alá vont előadta⁶¹, hogy az ernyőmárka alatt elérhető különböző termékkategóriák (jelen esetben a nem vényköteles gyógyszer, illetve az étrend-kiegészítő) reklámozása során mindenkor elsődleges célkitűzése, hogy a fogyasztók számára könnyen érzékelhetően és nyilvánvalóan legyen feltüntetve, hogy mely termék mely kategóriába tartozik.
106. Az eljárás alá vont kiemelte, hogy ismeretei szerint egy ernyőmárka alatt több termékkategóriához tartozó terméket kínálni nem tilalmazott magatartás. Az ernyőmárka alatti reklámozás kétségtelenül megnehezíti a kötelező figyelmeztető szövegek és egyéb információk, illetve a megfelelő termékkategóriák feltüntetését. Álláspontja szerint azonban a vállalkozás a jogszabályi kötelezettségek, ágazati előírások messzemenő szem előtt tartásával járt el annak érdekében, hogy az előírt tájékoztatást a fogyasztók számára megadja. Véleménye szerint minden esetben világosan és egyértelműen megjelölte a termékek termékkategóriáját, valamint feltüntette a jogszabály által előírt figyelmeztető szövegeket is. Az, hogy a két termék összetételében és hatásmechanizmusában kétségtelenül nagyon hasonló, és ennek eredményeképp a gyógyszer alkalmazási előírásában szereplő állítások, illetve a pezsgőtabletta esetén az összetétel alapján alkalmazható egészségre vonatkozó állítások között esetleg van is valamilyen átfedés, illetve az, hogy a vállalkozás alkalmazott az ernyőmárkára vonatkozó szlogeneket, álláspontja szerint nem eredményezheti annak megállapítását, hogy a vállalkozás a fogyasztókat is megtévesztette. A fogyasztók számára releváns

⁵⁹ Kiegészítés az eljáró versenytanácsból: Országos Élelmezés- és Táplálkozástudományi Intézet.

⁶⁰ VJ/82-25/2016. (P/1240-7/2015., 9. pont).

⁶¹ VJ/82-25/2016. (P/1240-7/2015.).

információk ugyanis minden esetben világosan és egyértelműen elérhetőek voltak az alkalmazott marketing anyagokon.

107. Az eljárás alá vont hangsúlyozta, hogy megítélése szerint a Berocca pezsgőtabletta és a Berocca Performance nevek kellően elkülöníthetőek a fogyasztók számára. E körben megjegyezte, hogy ellenkező esetben ilyen néven történő forgalmazásukat az illetékes hatóságok feltehetően nem is hagyták volna jóvá. Szintén a megkülönböztethetőséget erősíti, hogy két teljesen eltérő formában elérhető termékről van szó (mivel az egyik pezsgőtabletta, a másik pedig filmtabletta). Mindezek alapján az eljárás alá vont a két terméket a fogyasztók által jól elkülöníthetőnek tartja.
108. Az eljárás alá vont előadta, hogy a fogyasztók megtévesztése az Fttv. vonatkozó rendelkezéseinek értelmezése alapján fogalmilag akkor merülhetett volna fel, ha az egyes reklámokban a vállalkozás a tájékozott ügyleti döntéshez szükséges és ezért jelentős információt elhallgatta, elrejtette, vagy azt homályos, érthetetlen, félreérthető vagy időszerűtlen módon bocsátotta volna a fogyasztók rendelkezésére. Ilyen körülmény azonban az eljárás alá vont megállapítása szerint a fentebb kifejtettek miatt nem merült fel, ezért határozott álláspontja szerint a kereskedelmi gyakorlat nem volt alkalmas a fogyasztók megtévesztésére, ezért nem tekinthető az Fttv. szerinti tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak.
109. A megtévesztés az eljárás alá vont megítélése szerint akkor sem merülhetett fel, amikor a két termék együttesen volt reklámozva (ami az esetek kis részében fordult csak elő). A vállalkozás mindenekelőtt kiemelte, hogy a két terméket kizárólag olyan felületen jelentette meg egyszerre, ahol a fogyasztóknak volt lehetőségük az egyes termékek státuszával kapcsolatos információt is elolvasni, és így azok között különbséget tenni. Ennek megfelelően televízióban vagy rádióban a két termék együttesen nem került reklámozásra. Bizonyos nyomtatott anyagok esetében ugyan jellemző volt, hogy a termékek megjelentek együttesen, de ezekben az esetekben a vállalkozás mellőzte a termékek hatására vonatkozó részletesebb információkat, és csak annyit jelölt meg, hogy milyen termékek érhetőek el a Berocca termékcsaládon belül (pontosan megjelölve azok kategóriáját). A „Szellemi teljesítmény” és a „Fizikai állóképesség” szavak feltüntetése, illetve a „Gondolkodj élesebben, cselekedj okosabban”, mint brand szlogen megjelenítése csak azt a célt szolgálta, hogy a vásárlók be tudják azonosítani a két termék alkalmazási körét, vagyis hogy teljesítmény multivitaminokról van szó. A nyomtatott anyagok mellett a Berocca pezsgőtabletta egyik televíziós reklámját követően, egy hozzáadott külön szpotban került pusztán figyelemfelkeltő jelleggel megemlítsé, hogy a Berocca Performance filmtabletta nem vényköteles gyógyszerként elérhető. A vállalkozás kiemelte, hogy erre a Berocca pezsgőtabletta reklámjának lezárását követően, jól elkülöníthetően került sor, így kerülve el azt, hogy a fogyasztók összemoszák a két terméket. Mivel itt egymás után megjelenő, két külön reklámról van szó (ahol a Berocca Performance esetében annak tulajdonságai, avagy alkalmazása vonatkozásában egyáltalán nem hangzott el állítás), az eljárás alá vont a megtévesztés lehetőségét kizártnak tekinti.

VI.

Az eljárás alá vont kötelezettségvállalási nyilatkozata

110. A Bayer 2017. július 21-én az alábbi, kötelezettségvállalásra irányuló indítványt terjesztette elő.⁶²
111. Az eljárás alá vont vállalta egy tervezett edukációs kampány megvalósítását. E körben előadta, hogy – miközben reményei szerint folyamatosan növekszik Magyarországon is az egészségtudatosság szintje – meglátása szerint korlátozottan érhető el jól rendszerezett és ezért könnyen érthető, egyúttal objektív információ a nem vényköteles gyógyszerek, étrend-kiegészítők, gyógyászati segédeszközök, mint egyes termékkategóriák pontos mibenlétéről, különösen pedig különbségeikről. Véleménye szerint a piacon sok a termék, miközben kevés a jól hasznosítható információ. Ezen hiányosság

⁶² VJ/82-33/2015.

csökkentésére kíván a Bayer – a közérdek érvényre juttatásával – vállalat tenni, ezért az étrend-kiegészítők és a vitaminokat, ásványi anyagokat tartalmazó vény nélkül kiadható gyógyszerek közérthető bemutatását célzó edukációs kampány felajánlása mellett döntött.

112. Előadta, hogy álláspontja szerint a fogyasztók tudatosságát elősegítő kampány alkalmas lehet arra, hogy az érintett termékekről közérthető és hasznos információt adjon a fogyasztóknak, s egyúttal ellensúlyozza a GVH által a jelen eljárásban vizsgált kereskedelmi gyakorlat hatását.
113. Az eljárás alá vont előadta, hogy a kampány célja, hogy a fogyasztók közérthető és objektív információt kaphassanak a fent hivatkozott két külön termék kategória létezéséről, különbségeiről, oly módon, hogy valós segítséget nyújtson a fogyasztók megalapozottabb döntéseihez.
114. Az eljárás alá vont ismertette, hogy a kampány központi eleme egy weboldal lenne, amely a www.vitaminkisokos.hu címen lenne elérhető. Ehhez kapcsolódóan benyújtotta az oldal szövegének tervezett tartalmát⁶³ annak érdekében, hogy a GVH számára is látható legyen a vállalkozás elképzelése. E körben előadta, hogy tervei szerint a weboldal csak annyiban tartalmazna a vállalkozásra történő hivatkozást, amennyiben azt az irányadó jogszabályok kötelezően előírják. Egyébként sem a vállalkozás termékeit, sem általában a tevékenységét – sem közvetlenül, sem közvetetten – nem népszerűsítene. A vállalkozás vállalja, hogy ezt a weboldalt megvalósítja, függetlenül attól, hogy a GVH a jelen kötelezettségvállalásra szóló indítvány elfogadása mellett dönt-e.
115. A Bayer által tervezett weboldal tartalmának főcímei: [ÜZLETI TITOK]
116. Az eljárás alá vont ismertette, hogy az ismeretterjesztő kampány második elemeként szponzorált cikk formájában megjelenést tervez a Femina.hu oldalon.⁶⁴
117. A szponzorált cikk tervezett tartalma az alábbi: [ÜZLETI TITOK]
118. Az eljárás alá vont előadta, hogy álláspontja szerint nyilvánvaló, hogy egy weboldal önmagában még nem feltétlenül alkalmas arra, hogy a fogyasztók széles körét elérje – azt mindenekelőtt ismertté kell tenni, és el kell érni, hogy ellátogassanak oda a fogyasztók. Emiatt a kampány harmadik elemét a televízióban történő ismeretterjesztő kisfilm, illetőleg szpot megjelenése képezné.
119. Az eljárás alá vont előadta, hogy gondolkodnak egy előre legyártott, 4 darab különálló, 60 mp hosszú edukációs filmben, amely elsősorban a vitaminok és ásványi anyagok szerepével kapcsolatos információkat emelné ki a fogyasztók számára, és amely egyúttal a weboldal ismertségének a növelésére is irányulna. E körben előadta, hogy elsődlegesen azért ezt a javaslatot teszi, mert álláspontja szerint ennek segítségével széles fogyasztói kört tudna elérni. Az elképzelés szerint a filmeket az előző tematikán belül a vállalkozás által megkeresett, országosan elérhető televízió saját maga gyártaná le, s a vállalkozás csak támogatóként jelenne meg a filmben. A film népszerűsítene a kampány kiemelt elemét, a www.vitaminkisokos.hu weboldalt is.
120. Az előjárás alá vont előadta, hogy tervei szerint ez a televíziós kampány 1 hónapon át futna, 2017 novemberében vagy decemberében egy országos televízióban, melynek keretében naponta 4 alkalommal jelennének meg a filmek. Az időzítés nem véletlenül esne az őszi időszak végére és a téli időszak kezdetére: ilyenkor a vitaminoknak még erős a szezonja, ebben a hónapban a fogyasztókat könnyebb megszólítani egy ilyen tematikával.
121. Az eljárás alá vont a fenti megjelenés alternatívájaként jelezte, hogy amennyiben azzal a GVH egyetért, a vállalkozás 2017 decemberében nem egy különálló, 60 másodperc hosszú edukációs filmmel, hanem a Supradyn® nevű étrend-kiegészítő termékeinek reklámját követően 5 másodperc hosszú figyelemfelhívó szpottal jelenne meg, mely az előbbi opcióhoz képest jóval nagyobb fogyasztói kör elérését biztosítaná. E körben előadta, hogy álláspontja szerint az a fogyasztó, aki egy Supradyn® termék reklámját hajlandó végighallgatni (és nem kapcsol el azonnal), az jó eséllyel

⁶³ VJ/82-33/2016. számú beadvány 5. melléklete.

⁶⁴ VJ/82-33/2016. számú beadvány 6. melléklete.

„befogadóbb” a témakörbe eső ismeretterjesztő információra is, vagyis az edukációs cél elérésére ez a megjelenési mód alkalmasabb lehet. Amennyiben azonban a GVH úgy véli, hogy a vállalkozás Supradyn® nevű étrend-kiegészítő termékeinek reklámját követően közreadott ismeretterjesztő szpot objektíve nem lehet alkalmas az ismeretterjesztésre, mert álláspontja szerint inkább a vállalkozás terméke népszerűsítése lenne a domináns fogyasztói asszociáció, és a reklám után elhangzó ismeretekre történő emlékezés ehhez képest másodlagossá válna, úgy a vállalkozás az előző pontban bemutatott forgatókönyv szerint fogja a kampány televíziós megjelenését megvalósítani.

122. Az eljárás alá vont ismertette, hogy az előbbi kisfilmek megjelenését videobanner formájában is tervezi, amelyek a filmeket legyártó országos televízió honlapján lennének elérhetőek a kampány hónapjában (azaz 2017 novemberében vagy decemberében).
123. Az eljárás alá vont előadta, hogy a jelen indítvány megtételekor még nem áll a rendelkezésére a kisfilmek konkrét tartalmának bemutatására alkalmas dokumentáció, tekintettel arra, hogy azt nem a vállalkozás, hanem a filmeket gyártó televíziós csatorna készítené el, mindazonáltal vállalja annak pótlólagos megküldését.
124. Az eljárás alá vont benyújtotta a televíziós megjelenéssel és az on-line megjelenésekkel kapcsolatosan felmerülő költség-ráfordításról szóló kimutatás-tervezeteket (VJ/82-33/2016. számú beadvány 8. melléklete), amely [ÜZLETI TITOK] összköltséget irányoz elő. Ez az összeg a vállalkozás álláspontja szerint kellő nagyságrendet képvisel, s egyúttal jelzi együttműködési készségét és a közérdekű edukációs kampány sikere melletti elkötelezettségét. E körben mindazonáltal jelezte, hogy készséggel fogadja, amennyiben a GVH álláspontja szerint jelentősebb ráfordítás lenne indokolt, és ez esetben a jelzett keretek bővítésre kerülhetnek.
125. Az eljárás alá vont továbbá előadta, hogy a kampány negyedik elemeként vállalja egy 8 oldalas ismertető kiadvány legyártását 20.000 példányban,⁶⁵ és országszerte 1.000 db gyógyszertárban történő kihelyeztetését. A kiadványban a www.vitaminkisokos.hu weboldal tartalmának egy része jelenne meg és tartalmazna egy QR kódot is, aminek segítségével az érdeklődők azonnal eljuthatnának a weboldalra is, ahol a további információkhoz hozzáférhetnek.
126. Az eljárás alá vont ismertette, hogy álláspontja szerint a kampány összességében alkalmas lenne arra, hogy a vitaminok és étrend-kiegészítők kapcsán a fogyasztók tudásának és tudatosságának a növeléséhez pozitívan hozzájáruljon. Az interneten és a televízióban történő megjelenésekkel a fogyasztók releváns száma lenne elérhető, miközben a megjelenések tartalmát a vállalkozás úgy alakítaná ki, hogy valóban segítséget nyújthasson számukra egyes döntéshozatalaik során – azzal, hogy a megjelenés természetesen ne irányulhasson a vállalkozás által forgalmazott termékek népszerűsítésére. Kiemelte, hogy ahogyan fentebb ismertetésre került, a vállalkozás a www.vitaminkisokos.hu megvalósításáról szóló döntést már meghozta, így annak megvalósítását attól függetlenül vállalja, hogy a GVH a kötelezettségvállalást elfogadja-e.
127. Az eljárás alá vont észrevételezte továbbá, hogy álláspontja szerint fenti vállalásainak tartalma túlmutat a jelen versenyfelületesi eljárással érintett ügyön, és nem csupán jelzi a GVH-val történő nagyfokú együttműködési szándékot, hanem alkalmas a fogyasztók objektív tájékoztatásához fűződő érdek, mint prioritást élvező közérdek érvényre juttatására, miközben áttételesen a versenytársak és más piaci szereplők magatartását is orientálhatja. Így hatását tekintve jelentős fogyasztói előny elérésére lehet alkalmas.
128. Az eljárás alá vont végezetül kiemelte, hogy nyitott bármilyen formában történő további egyeztetésre, amennyiben a GVH a vázolt vállalások módosítását, kiegészítését vagy pontosítását tartaná szükségesnek.

⁶⁵ Ennek tervezetét a VJ/88-33/2016. számú beadvány 9. mellékleteként csatolta.

VII.

Az eljárás alá vont észrevételei a versenytanácsi szakban a versenytanácsi tárgyalást megelőzően

129. Az eljáró versenytanács a Tptv. 73. §-ának (3) bekezdése alapján észrevételezésre megküldte a Bayernek a vizsgálati jelentést. A megkeresésre megküldött válaszában az eljárás alá vont⁶⁶ részletesen kifejtette álláspontját a jelen versenyfelügyeleti eljárásban általa kiemelkedő jelentőségűnek tekintett körülményekkel - így a GVH hatáskörével, a jogsértés időtartamának megállapításával, a fogyasztók által észlelt üzenet tartalmával, a kötelezettségvállalási nyilatkozat előzetes értékelése egyes kérdéseivel – kapcsolatosan, illetve az álláspontja kifejtését megelőzően ismertette az alábbiakat.
130. Az, hogy egy-egy reklámüzenetet egy-egy fogyasztó pontosan hogyan értelmezhet, nyilvánvalóan több körülménytől - pl. az adott egyén értelmi színvonalától - is függ, és mint minden versenyfelügyeleti eljárásban, úgy jelen esetben is egy racionálisan tájékozott, értelmes átlagfogyasztóból szükséges kiindulni. Aligha vitatható, hogy korunk fogyasztói erősen hozzászórtak a multivitamin-reklámokhoz, és az átlagember számára az elsődleges asszociáció az ilyen termékek kapcsán mindig az, hogy azok szedése segíthet jobban érezni magunkat a bőrünkben. Ez az asszociáció teljesen független attól, tudatosítottuk-e a reklám láttán/hallatán, hogy az adott termék az étrend-kiegészítők, vagy a vény nélkül kapható gyógyszerek jog által kreált csoportjába tartozik-e. Mindezek miatt úgy véli - ha és amennyiben a GVH álláspontja szerint megvalósulhatott is egyes kommunikációk kapcsán jogsértés - kereskedelmi gyakorlatának sem egyes elemei, sem annak összessége nem okozott és nem is okozhatott a fogyasztók számára hátrányt, károsodást.
131. Kiemelte továbbá, hogy - szemben például olyan esetekkel, ahol valóban vagyoni hátrányt okozhatott/okozhat egy-egy versenytárs kommunikációja⁶⁷ - a jelen ügy kapcsán valódi fogyasztói sérelem hiányában tett és tesz kötelezettségvállalásra nyilatkozatot. Bízik abban, hogy azt a GVH jelen formájában elfogadja, különösen, mert ahogyan azt a vizsgálati jelentés maga is rögzítette, beazonosítható a fogyasztók körében az érintett termékek kapcsán egy általános információs hiány⁶⁸, melynek csökkentésére a felajánlott edukációs kampánya alkalmas lehet. Kötelezettségvállalása elfogadásával, felajánlott vállalásai megvalósításával a fogyasztók közvetlenül és valóban csak nyerhetnek - szemben azzal, ha a jelen versenyfelügyeleti eljárás a felajánlott kötelezettségvállalásunk elfogadása mellőzésével kerülne végig-vitelre és lezárásra.
132. Az eljárás alá vont által az egyes körülmények tekintetében tett észrevételek a következők.

VII.1. A GVH hatáskörére vonatkozó észrevételek

133. A Bayer álláspontja szerint a vizsgálati jelentés megalapozatlanul vonta értékelési körébe a patikák irányában tett kommunikációját. A Bayer előadása szerint a jelen versenyfelügyeleti eljárással érintett termékei kapcsán 2015 januárja előtt jórészt csak egészségügyi szakemberek és patikák felé irányuló kommunikációt folytatott. Azonban a patikalátogatók prezentációinak tartalmára – mint B2B kommunikációra - nem terjed ki az Fttv. 1. § (2) bekezdésében meghatározott tárgyi hatály⁶⁹, emiatt pedig annak vizsgálatára jelen versenyfelügyeleti eljárásban nyilvánvalóan nincs hatásköre a GVH-nak.
134. E körben előadta, hogy a patikusok számára bemutatásra került prezentációs anyagokat fogyasztók nem láthatták. Ebből adódóan jogellenes megállapításokat tartalmaz a vizsgálati jelentés 54. oldala 7.2.1.2.1. 2. pontjában, ahol ennek a kommunikációnak a tartalmát jogilag minősíti.

⁶⁶ VJ/82-58/2016.

⁶⁷ Utalt itt pl. a TEVA feltételezetten jogellenes ár-összehasonlító reklámjára, ahol a GVH kötelezettségvállalással zárta le az eljárását, holott vagyoni hátrány érte/érhette a fogyasztókat.

⁶⁸ A jelentés 68. oldalán rögzíti, miszerint „a kampány várhatóan az érintett fogyasztói réteg jelentős részéhez érne el, s ténylegesen segíthetné a fogyasztók tudatosabb döntéshozatalát ...”, „... a fogyasztók körében problémás kérdéskörök tisztázása révén alkalmas lenne a fogyasztói tudatosság növelésére”

⁶⁹ Az eljárás alá vont itt idézte a lábjegyzetben az Fttv. 1. § (2) bekezdése szövegét.

135. Az eljárás alá vont véleménye szerint a verseny érdemi érintettségének hiányában nem volt a GVH-nak hatásköre arra sem, hogy vizsgálat alá vonja azt a kereskedelmi kommunikációt, amelyet a 2014. november 3. napjától 2015 januárjáig az ún. POS anyagok - így a dummy dobozok, display korona és polctálca – révén valósított meg. Ezek vonatkozásában – a kereskedelmi gyakorlat csekély kiterjedtsége miatt - nem állapítható meg a verseny érdemi érintettsége.
136. Álláspontja szerint ugyancsak nem állapítható meg a verseny érdemi érintettsége, és a GVH hatásköre a 2016 áprilisát követően tett kommunikációra, mivel ebben az időszakban csak egyetlen reklámeszközön kommunikált fogyasztók irányában, nevezetesen csak a honlapján. Az Fttv. vonatkozó rendelkezései és a GVH joggyakorlata szerint nem áll fenn a verseny érdemi érintettsége, ha egy kereskedelmi gyakorlat csak a honlapon valósul meg.

VII.2. A feltételezett jogsértés időtartamára vonatkozó észrevételek

137. A Bayer vitatja, hogy a feltételezett jogsértés időtartama 2014. november 3. napja és 2016. november 2. napja közötti időszak lenne.
138. E körben előadta, hogy a GVH hatáskörének fennállása hiányában is megvizsgálásra kerültek és jogsértőnek minősítettek egyes kommunikációk, ami azzal járt, hogy a vizsgálati jelentés „beszámítja” ezek időtartamát a vizsgált kereskedelmi gyakorlat időtartamába. Véleménye szerint valójában nem tartozhat a jogsértés időtartamába (a GVH hatáskörének hiánya miatt) a 2014. november 3. napjától 2015 januárjáig tartó időszak.⁷⁰
139. Hivatkozott arra is, hogy olyan időszakokat is hozzászámít a vizsgálati jelentés a feltételezett jogsértés időszakához, amely időszakok során megvalósított és vizsgált kommunikáció a vizsgálati jelentés saját logikája szerint sem lehetett jogsértő. Tényként hivatkozott arra, hogy a Berocca pezsgőtabletta rádiós reklámja 2016 februárjában és áprilisában már úgy került adásba, hogy abban nem szerepelt sem a klinikai vizsgálatokra, sem a szellemi teljesítmény és a fizikai állóképesség *emelésére* vonatkozó állítás. Vagyis véleménye szerint nem helytálló a vizsgálati jelentés 51. oldalán megtett megállapítás, amely ráadásul nem is érthető: „...a rádióreklám ...a tv reklámban bemutatott pörgős napra vonatkozó szöveges tájékoztatás révén közvetítette [??] a teljesítmény növelésére vonatkozó tartalmat”.
140. Előadta, hogy a módosított rádióreklám - abban a formájában - nem tartalmazott egészségre vonatkozó állítást, ekként a vizsgálati jelentés iratellenesen és okszerűtlenül, azaz saját logikájának ellentmondva minősítette azt jogilag azonosan a korábbi, eltérő tartalmú kommunikációkkal. A fentiek alapján álláspontja szerint fogalmilag nem tartozhat a jogsértés időtartamába a 2016. februártól 2016. november 2. napjáig tartó időszak sem.
141. Az eljárás alá vont hivatkozott arra is, hogy a vizsgálati jelentés téves megállapításai arra is közvetlenül kihatnak, hogy milyen árbevétel-adatokat lehetne egyáltalán figyelembe venni egy esetleges bírság megállapítása során, és ebben a tekintetben a vizsgálati jelentés szintén megalapozatlan, mivel a 3.3.5 pontjában (a 29-30. oldalakon) „A VIZSGÁLT KERESKEDELMI GYAKORLATTAL ELÉRT ELŐNY” fejezetcím alatt lényegében egy 24 hónapos időszak árbevételi adatait mutatta be, valójában 11 hónap tekintetében ezek a megállapítások, az előzőekben bemutatott kifogásai szerint véleménye szerint teljességgel megalapozatlanok.

⁷⁰ A jelentés 5. oldala utolsó előtti bekezdésében rögzíti, miszerint a versenyfelügyeleti eljárás kiterjed a Bayer 2014. november 3. napjától megvalósított valamennyi kereskedelmi kommunikációjára. A jelentés 11. oldala 3.3. pontja rögzíti, hogy a vizsgált időszak 2014. november 3. napjától a 2016. november 2. napjáig tartó időszak. A jelentés 3.3.5. pontjában a kereskedelmi gyakorlattal elért előny kapcsán készített táblázatban 2014 novemberére és decemberére vonatkozóan is bemutatja a termékek forgalmazásából eredő ár-bevételeket.

VII.3. A fogyasztó által észlelt üzenet tartalmára vonatkozó észrevételek

142. A Bayer álláspontja szerint a vizsgálati jelentés nem az Fttv. 4. § (1) bekezdése⁷¹ által védeni rendelt, vagyis az ésszerűen tájékozott fogyasztóból indul ki. Ugyanis véleménye szerint köztudomású tény, hogy az ésszerűen tájékozott fogyasztó is tisztában van azzal, hogy a vitamin-készítmények nem csodaszerek: egyrészt nem fognak kiemelkedő erőnléthez juttatni minket, másrészt nem is hatnak gyorsan. Ezzel ellentétben véleménye szerint mégis azt rója fel – alaptalanul – a vizsgálati jelentés, hogy a reklámok ígértek valamiféle emelt teljesítményt, ráadásul gyors hatásmechanizmussal.
143. Álláspontja szerint elfogadhatatlanul alacsony szintre teszi a vizsgálati jelentés az átlagfogyasztótól elvárható általános ismeretek szintjét. Meglátása szerint korunk multivitamin-reklámjain szocializálódott egyetlen értelmes fogyasztója sem gondolta az egyes Berocca kommunikációk láttán/hallatán, hogy a termékek szedésével a normális állapothoz képest valamiféle emelt teljesítményt lehetne elérni, vagy hogy a termékek akár egyszeri, vagy rövid távú alkalmazása révén képesek lennének kifejteni a hatásukat. Úgy véli, egyetlen racionálisan eljáró fogyasztó figyelme sem ragadta ki sebészi pontossággal a hallott/látott reklámokból a „segíti”, „javítja” szavakat, és minősítette ezeket főüzenetnek és várt azonnali – egyúttal a normálhoz képest valamiféle „emelt” - hatást a termékektől.
144. Az eljárás alá vont a Béres Actival + Magnézium termék tv reklámjával kívánta illusztrálni az értelmes fogyasztói asszociációt. E körben előadta, hogy a televíziós reklámban nem egy átlagos főhős, hanem Madaras Norbert olimpikon volt látható és hallható. A reklám képi megjelenítése az olimpikont abban az élethelyzetben ábrázolja, amelyben ő fizikailag az átlagot messze meghaladó teljesítményt nyújtott (úszómedencéből kiszállva). Ezzel teljes szinkronban az olimpikon a következő mondattal népszerűsíti a multivitamin-készítményt (kiemelés az eljárás alá vonttól): „számomra fontos, hogy fizikailag és szellemileg is kiválóan teljesítsek, szárazföldön és vízben egyaránt ...”⁷². Márpedig, ha egy olimpikon akar kiválóan teljesíteni, akkor arra sokkal inkább felkaphatja a fejét az átlagfogyasztó, és sokkal inkább gondolhatja, hogy ennek a terméknek a szedésével valóban magasabb szellemi és fizikai teljesítményre számíthat.
145. Hivatkozott arra, hogy ezt a reklámüzenetet a GVH sem kifogásolta – dacára annak, hogy egy az átlagfogyasztóhoz képest eleve komolyabb fizikai erőnléttel bíró olimpikon szájából hangzott el, hogy kiválóan szeretne teljesíteni (nyilvánvalóan az adott termék segítségével). Így emiatt érthetetlen számára, hogy ha ezen reklámüzenet kapcsán nem, akkor most a Berocca termékek igencsak humorosra vett reklámjaiban, a nem olimpikon, hanem az átlagember irodista főhős által mondottak kapcsán, miért véli úgy a vizsgálati jelentés, hogy a reklámok fő üzenete, vagy közvetített üzenete az lett volna, hogy „emelik” a teljesítményt.⁷³
146. A Berocca termékek kommunikációiban, hangsúlyozta, nem egy közismert olimpikon – csak egy filmbeli irodista átlagember – volt látható, és a hangalámondásban szereplő „emeli”/”javítja”/”segíti” szavakat nyilvánvalóan egyetlen értelmes fogyasztó sem ragadta ki (sem a televízió, sem a rádióreklámokból) a reklám fő üzeneteként. Már csak azért sem, mert a hangalámondás érzékelése a képi megjelenés érzékelésétől eleve jelentősen elmarad, ami összességében döntően befolyásolja az üzenet észlelését a fogyasztó által. A fogyasztó nyilvánvalóan nem gondolta, hogy „emelt” fizikai/szellemi teljesítményt ígértek volna a Berocca reklámok. Tehát az egyes kommunikációknak

⁷¹ Fttv. 4. § (1) A kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki **ésszerűen tájékozottam 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. (Kiemelés az eljárás alá vonttól.)

⁷² <https://www.youtube.com/watch?v=N2rD4KiDBHs>.

⁷³ De annál a reklámnál sem merült fel aggály, melyben egy a teljes napját végig-rohanó, mosolygós fiatal hölgyei láttunk, és hallhattuk, milyen jó lenne, ha az ember végre utolérhetné önmagát, több szerepben is helyt tudna állni, és a Béres Actival plussz magnéziummal *többre lenne képes* (!). <https://www.youtube.com/watch?v=n63PpBIUGQU>. (Kiemelés az eljárás alá vonttól.)

sem a képi, sem a hangi megjelenítései nem állítottak és nem is sugalltak a normálnál magasabb teljesítményt.

147. A Bayer a „gyors” hatás kapcsán előadta, hogy érthetetlen számára, pontosan mire alapozza egy ilyen utalás megtörténtét a vizsgálati jelentés. A vizsgálati jelentés az 53. oldalon rögzíti, hogy (kiemelés az eljárás alá vonttól) „... a televíziós reklám képi világa, megszövegezése és dinamizmusa is egyértelműen a hatás gyors kifejtésére utal.” Nem határozza meg ugyanakkor a vizsgálati jelentés, milyen megszövegezést tart felróhatóknak. A Berocca termékek televízió-reklámja egy fiatal, pörgős életet élő átlagember egyik – teljesen szokásos, átlagos – napját mutatja be, érzékelhetően humoros hangvétellel és szituációkkal (pl. kolléganővel flörtölő munkatárs helyetti munkavégzés, az anyósékkal töltött közös vacsora). A bemutatott élethelyzetek – az irodai élet, a főnök által szabott határidő, az esti testedzés és vacsora – a célcsoport, vagyis az átlagfogyasztó számára megszokott élethelyzetek. Véleménye szerint a reklám nem állít olyat, hogy a termék egyszeri, vagy rövid távú alkalmazása révén képes lenne kifejteni a hatását és nem is utal ilyenre. Attól még, hogy a televízió reklám – mint a közelmúltban és napjainkban is látható számos multivitamin-reklám – dinamikusnak mondható, ettől még a racionális fogyasztó nem gondolhatta, és nem is gondolta, hogy magának a terméknek „gyors” lenne a hatásmechanizmusa.⁷⁴ Más kérdés véleménye szerint, hogy csigalassúságú képi megjelenítéssel, lomha emberekkel multivitamint reklámozni amúgy aligha lehetne. A képi világot és „dinamizmust” illetően semmiben nem más a Berocca termékek reklámja, mint a többi (szokásos) multivitamin reklám, melyekhez a fogyasztók hozzászoktak: emberek rohannak mosolygósan egyik élethelyzetből a másikba. Álláspontja szerint ettől még nem gondolja egyetlen értelmes fogyasztó sem, hogy gyorsan hatnak.
148. Véleménye szerint az ésszerűen tájékozott fogyasztó pontosan tudja, hogy pl. egy adag energiatáplálék, vagy pár kávé elfogyasztásával érhet el „gyors” hatást, de sem a Berocca termékek televíziós reklámja láttán, de a rádióreklámja hallatán sem gondolta és nem is gondolhatta, miszerint a Berocca pezsgőtabletta, vagy akár a filmtabletta hatásmechanizmusa „gyors” lenne. Álláspontja szerint az átlagfogyasztó kisiskolás kora óta tudja, hogy a multivitamin-készítmények nem csodaszerek és hosszú távú szedésük javallott, és egyik vizsgált Berocca reklám sem tartalmazott ezzel ellentétes tájékoztatást.
149. Vitatja továbbá a vizsgálati jelentés 6.4.2 pontjában hivatkozott joggyakorlat jelen versenyfelügyeleti eljárásban történő alkalmazhatóságát. A hivatkozott döntésekből idézett elvárásokat a GVH fájdalomcsillapítók, illetve köhögés-csillapító, vény nélkül kiadható gyógyszerek, nem pedig multivitaminok kapcsán fogalmazta meg. A fájdalomcsillapítók esetén érthető, hogy a GVH fokozott körültekintéssel kéri számon, hogy az egyes reklámüzenetek az ilyen típusú termékek időbeli hatásmechanizmusát illetően ne mondjanak/sugalljanak alaptalanul gyors hatást, vagyis hogy tárgyilagosan és túlzások nélkül kerüljenek bemutatásra ezen releváns terméktulajdonságok. Jelen eljárásban viszont multivitaminokról van szó, amelyek esetében a gyors hatás nem elvárt, ekként nem releváns terméktulajdonság. Ráadásul a Berocca reklámok sem fő-üzenetükben, sem közvetítetten, sem képi, sem hangi megjelenítésükben nem állítottak gyors hatást, nem is utaltak ilyenre.
150. Hivatkozott arra, hogy a fogyasztó által észlelt üzenet GVH szerinti meghatározásakor/beazonosításakor az Fttv. 4. § (1) bekezdése alapján⁷⁵ nem hagyható figyelmen kívül az a körülmény, hogy korunk fogyasztója úgy „szocializálódott”, hogy megszokta a multivitaminok reklámjait. Ehhez képest úgy érzi, mintha a vizsgálati jelentés valamilyen megmagyarázhatatlan okból, teljesen függetlenül napjaink multivitamin reklámjaitól, éppen a

⁷⁴ A reklámok szövegében nem hangzik el, hogy a termék egyszeri, vagy rövid távú alkalmazása révén képes lenne kifejteni a hatását, tehát emiatt sem gondolhatott ilyet egyetlen fogyasztó sem.

⁷⁵ Fttv. 4. § (1) A kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottam 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. (Kiemelés az eljárás alá vonttól.)

Berocca reklámokkal szemben kívánja – megalapozatlan – jogi elvárásait érvényre juttatni. Teszi ezt úgy véleménye szerint, hogy semmibe veszi az Fttv. 4. § rendelkezését egy olyan fogyasztót modellezve, aki egy 8 osztályt végzett ember értelmi szintjét sem éri el, és aki a mostanában napvilágot látott multivitamin-reklámok közül egyetlen egyet sem látott, de a Berocca reklámok képi megjelenéseikhez képest elhanyagolható jelentőséggel bíró hangalámondásból éppen az „emeli”/”segíti” szavakat ragadja ki, és azokat nemcsak, hogy a reklám fő üzeneteként felértékeli, hanem egyúttal véresen komolyan kielemezi magában, és azok alapján a terméktől valamiféle emelt és gyors hatást vár.

VII.4. A kötelezettségvállalás értékelésére vonatkozó észrevételek

151. A Bayer e körben előadta, hogy míg a vizsgálati jelentés a javára szóló körülményeket egyáltalán nem, addig más körülményeket ugyanakkor tévesen a terhére értékelte. Emiatt véleménye szerint a vizsgálati jelentés végkövetkeztetése a kötelezettségvállalás elfogadhatósága tekintetében téves.
152. Előadása szerint a vizsgálati jelentés rögzíti, hogy az edukációs kampánya „....a fogyasztók körében problémás kérdéskörök tisztázása révén alkalmas lenne a fogyasztói tudatosság növelésére”. Vagyis véleménye szerint elismeri, hogy jelentős, egyúttal közérdeklődésre számot tartó tudást tenne elérhetővé a fogyasztók jelentős száma részére, mely tudást nem csak a Bayer, de a piac más szereplői által felkínált termékek (tehát lényegében valamennyi elérhető étrend-kiegészítő, vény nélkül kiadható gyógyszer kapcsán) hasznosíthatnának. Ezáltal pedig az érintett termékek egész piacát illetően, összességében tudatosabb fogyasztói döntések születhetnének. A felajánlott edukációs kampánya ezért véleménye szerint nem csupán a meglévő információs hiány csökkentésére alkalmas, de úgy véli, eredményeiben túlmutathat a jelen versenyfelügyeleti eljáráson, ezért a nyilatkozatának a Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének a a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése tárgyában indult eljárásokban tett kötelezettségvállalásról szóló, 6/2014. számú közleménye (a továbbiakban: Közlemény) 34. pontja szerinti értékelését is indokoltnak tartja.⁷⁶
153. A Bayer kihangsúlyozta, hogy a compliance területen tett intézkedései révén önkéntesen (és a megfelelő irányban) módosította a kereskedelmi gyakorlatát. A vizsgálati jelentés azonban ezt a körülményt - a Közlemény 31. pontjában rögzítettek ellenére - nem értékelte a kötelezettségvállalási nyilatkozatának elfogadása melletti körülményként.⁷⁷
154. Sérlemzte, hogy a vizsgálati jelentés kizárólag bírságcsökkenítő tényezőként veszi figyelembe a megfelelőség biztosításával kapcsolatos intézkedéseit (miközben mindezek a kötelezettségvállalás részeként kerültek felhozatalra, de azzal kapcsolatosan nem kerültek értékelésre). Határozott álláspontja, hogy a megfelelőséggel kapcsolatosan tett, és a kötelezettségvállalási indítványában bemutatott intézkedések jelentősek, és alkalmasak arra, hogy biztosítsák a kommunikációinak a vonatkozó jogszabályokkal való összhangját.
155. Jelentős vállalásnak gondolja, hogy a jövőbeli televíziós reklámok esetén azok story-boardját benyújtja előzetes véleményezésre az ÖRT-hez. Előadta, hogy ezt a gyakorlatot egyébként már 2017. július óta folytatja, és fenn is fogja tartani, függetlenül attól, hogy a GVH a kötelezettségvállalását elfogadja-e vagy sem.
156. A Közlemény 29. pontja szerint a GVH (kiemelés az eljárás alá vonttól) „... a kötelezettségvállalási nyilatkozat elbírálásakor az elfogadás melletti körülményként veszi figyelembe, ha az eljárás

⁷⁶ Maga a jelentés behivatkozik egy a MÉKISZ 2016-os felmérése eredményeit bemutató slide-ot is, melyeken buborékokban megjelenítve jól olvashatóak a fogyasztók számára problémás egyes kérdéskörök. Örömmel észrevételezte a Bayer, hogy pontosan ezen kérdéskörökre a már július 21-én beadott (de a most módosított) kötelezettség-vállalásra szóló nyilatkozatuk is tartalmaz(ott) tájékoztatásokat (így pl. „A két kategória főbb különbségeit bemutató”, és a „Hogy lehet forgalomba hozni”, valamint a „Hol kaphatom” alcímek alatt). Emiatt is indokoltnak tartja a kötelezettségvállalási nyilatkozata elfogadását: annak megvalósulása nyilvánvalóan a jelen versenyfelügyeleti eljáráson túlmutató hozzáadott értéket jelentene a fogyasztók számára.

⁷⁷ A jelentés csupán a bírságra vonatkozó indítványról szóló 9.2 számú Fejezetében említi, mint „enyhítő körülmény”-t, hogy a Társaság „... önként és a megfelelő irányban módosította a kereskedelmi gyakorlatát.”. (Kiemelés az eljárás alá vonttól.)

vizsgálói szakaszában⁷⁸ került benyújtásra”. A Közlemény nem differenciál a vizsgálói szakaszon belül „hamar”, vagy „kései” szakaszok között. Kifogásolja ezért, hogy a vizsgálati jelentés nem a nyilatkozatának elfogadása melletti körülményként, hanem egyenesen a terhére⁷⁹ (tehát kétszeresen is hátrányosan) értékelte a kötelezettségvállalási nyilatkozat beadásának időpontját, mondván (kiemelés az eljárás alá vonttól): *az olyan kései szakaszban került benyújtásra, amikor az eljárás gyorsítását az már nem tudta lehetővé tenni*. Miközben véleménye szerint nyilvánvaló, hogy a kötelezettségvállalási nyilatkozata elfogadása összességében gyorsabb eljárást tenne lehetővé.

157. Véleménye szerint a felajánlott kötelezettségvállalási nyilatkozata kapcsán a vizsgálati jelentés 69. oldalának II. b) pontjában⁸⁰ mintha további garanciákat igényelne a felajánlott kötelezettségvállalás keretében bemutatott edukációs kampányon túl, annak érdekében, hogy a Bayer következő reklámjai is megfeleljenek a jogi elvárásoknak. E körben biztosította a GVH-t, hogy a kiegészített tartalommal benyújtott kötelezettségvállalási nyilatkozatában átlátható és ellenőrizhető magatartási szabályok betartására vonatkozóan is kötelezettséget vállal – a csatolt kötelezettségvállalási nyilatkozatában vállalja bizonyos Magatartási Szabályok betartását.
158. Előadta, hogy a vizsgálati jelentés 69. oldalának II. c) pontjában rögzített javaslatot figyelembe vette és ennek igazolására mellékelte becsatolta részletesebb kötelezettségvállalási nyilatkozatát, így a tervezett edukációs kampánya korábban még be nem nyújtott elemeit bemutató tartalmakat is, a tervezett televíziós szpot brief-jét, három szponzorált cikk tervezetét⁸¹, a kisokos füzet tartalmát és a vitamintudástár weboldal látványtervét.
159. Észrevételezte, hogy a vizsgálati jelentésben tévesen került feltüntetésre az edukációs kampánya költségvetése. Előadta, hogy az eredetileg benyújtott költségvetés két opciót tartalmazott a televíziós megjelenésre: november vagy december hónapokra. A kötelezettségvállalásra vonatkozó indítványában fel is tüntette, hogy a megjelenéseket november vagy december hónapokban tervezi. A vizsgálati jelentésben ez a két összeg azonban tévesen össze lett adva. A beadványához 1. számú mellékletként csatolt kiegészített kötelezettségvállalási indítványának 1/E. számú mellékleteként csatolta a költségvetés aktualizált változatát, amelyben már csak december szerepel. Figyelemmel az eljárás jelenlegi státuszára, úgy vélte, egy ilyen időzítés még reálisan megvalósítható.
160. Összegzőként úgy vélte, hogy a vizsgálati jelentés 69-70. oldalain megemlíttett, a kötelezettségvállalási nyilatkozata ellen megadott öt ellenérv közül a négy⁸² legfontosabbat eredményesen orvosolta, miközben kötelezettségvállalási nyilatkozata elfogadásával három releváns szempont juthatna érvényre, nevezetesen:
- egyrészt a Közlemény 33. pontja szerinti szempont: a kampány várhatóan elérne a fogyasztók jelentős részéhez és ténylegesen segíthetné a tudatosabb döntéshozatalt,

⁷⁸ A Bayer kötelezettségvállalási nyilatkozata július 21-én, kétségtelenül az eljárás vizsgálói szakaszában került benyújtásra.

⁷⁹ A hivatkozott GVH Közlemény a nyilatkozat elfogadása ellen szóló körülményeket a 35. pontban nevesíti, de az itt szereplő - az a)-tól f) pontig történő - felsorolásban sehol nem definiál olyan ellenérvet, hogy „ha a nyilatkozat a vizsgálói szakasz vége felé kerül beadásra”. Vagyis nemhogy nem a Bayer javára, de egyenesen terhére értékelte a jelentés - tévesen - a kötelezettségvállalási nyilatkozatuk beadását.

⁸⁰ A jelentés itt azt a kifogást fogalmazta meg, miszerint „nem teljesülne az elfogadása mellett szóló azon körülmény sem, hogy a fogyasztói tudatosságot növelő kommunikációs kampány nyomán valószínűsíthetően enyhül az észlelt probléma megismétlődésének kockázata.” Rögzíti továbbá a jelentés, hogy „Azaz, a tervezett edukációs kampány arra alkalmas ugyan, hogy a termékkategóriák és termékösszetevők jellemzőiről tájékoztasson, azonban **nem lenne képes a fogyasztói döntés korrekcióját biztosítani arra az esetre, ha a fogyasztót megcélzó reklám a termékkategóriák illetve termékjellemzők kapcsán megtevesztő tájékoztatást tartalmaz.**” (Kiemelés az eljárás alá vonttól.)

⁸¹ Jelentős módosításokat tett a Bayer a szponzorált cikk tartalmát illetően - így a jelentés 70. oldalának d) pontjában megfogalmazott kifogás is mellőzhető.

⁸² Egyrészt biztosíthatónak tartja a Magatartási Szabályai révén a megismétlődés kockázatának elkerülését, másrészt az újonnan benyújtott nyilatkozatuk kellő részletességű, harmadrészt a szponzorált cikkek mind az edukációs kampányuk témáit elemzik, negyedrészt a nyilatkozatuk beadása időpontja nem értékelhető a Bayer terhére a GVH hivatkozott közleményének 29. és 35. pontjában rögzítettek miatt.

- másrészt a Közlemény 34. pontjában rögzített azon szempont, miszerint a vállalásai révén jelentős – és jelen eljáráson túlmutató – eredményként a versenytársak termékeire vonatkozóan is közhasznú információkhoz juthatnának a fogyasztók,
- harmadrészt a Közlemény 29. pontjában említettek is teljesülhetnének: a GVH eljárása gyorsítása lehetővé válna (hiszen ellenkező esetben az előzetes álláspont meghozatalát követően érdemi döntést, és a bírósági felülvizsgálat kapcsán ellenkérelmet kellene megfogalmaznia a GVH-nak).

VIII.

Az eljárás alá vont kiegészített kötelezettségvállalása

161. Az eljárás alá vont a VJ/82-58/2016. szám alatti, 2017. október 2-i beadványában a fenti, kötelezettségvállalásra irányuló indítványát a következők szerint egészítette ki.

1. A tervezett edukációs kampány mindenképp megvalósítani szánt elemei

162. A Bayer továbbra is úgy véli, a felajánlott edukációs kampánya megvalósításával a fogyasztók jól hasznosítható, értékes tudáshoz juthatnának az étrend-kiegészítőket és a vitamin-készítményeket illetően. Ahogyan azt a 2017. július 20-án kelt kötelezettségvállalásra irányuló indítványa szerinti nyilatkozata (továbbiakban: Nyilatkozat) 3.2 és 4.1. pontjában rögzítette, függetlenül attól, hogy a jelen versenyfelügyeleti eljárásban a GVH elfogadja-e a Nyilatkozatát, a Bayer megvalósítani vállalja a www.vitamintudastar.hu weboldal létrehozatalát, működtetését legalább három éven keresztül. Jelezte, hogy a Nyilatkozat eredeti verziójában még www.vitaminkisokos.hu oldal szerepelt, és valamennyi anyagot Vitaminkisokos néven jelölt, időközben ezt az elnevezést azonban felülvizsgálta, és Vitamin Tudástárra módosította, ezért a jelen (módosított) Nyilatkozatban már ezt az elnevezést szerepelteti.
163. Ezen a weboldalon (melynek tervezetét 1/D. számú mellékletként csatolta) olyan közhasznú tájékoztatások közreadását tervezi, melyek egy az eljárással érintett piacon fellelhető termékekre vonatkozó olyan információs hiány csökkentéséhez járulhatnak hozzá, mely információs hiányt a VJ/82-53/2016. számú Vizsgálati Jelentés (továbbiakban: Jelentés) 8. oldalán is deklarált, és a Bayer maga is - már a Nyilatkozata első beadását megelőzően - beazonosított.
164. A Bayer vállalja továbbá - szintén a GVH nyilatkozata elfogadására vonatkozó döntésétől függetlenül - ún. Magatartási Szabályok megvalósítását, miszerint a Bayer legalább az elkövetkezendő 3 évben:
- (i) évente legalább két tréninget tart a Consumer Health üzletágon dolgozó munkavállalóknak, amely során a már benyújtott Jogi útmutatóra épülő tananyag kerül bemutatásra oly módon, hogy azok során a GVH és más hatóságok releváns döntései is említésre kerülnek;
 - (ii) a tréningeken résztvevő munkavállalókról jelenléti ív kerül felvételre, amelyet a GVH igénye esetén kész a Bayer benyújtani;
 - (iii) a GVH igénye esetén a Bayer kész a tréningek anyagát is benyújtani;
 - (iv) amennyiben annak technikai feltételei megvalósulnak a Bayer-nél, úgy a tréningeken történő részvételen túlmenően a Consumer Health üzletág munkavállalói évente legalább egyszer e-learning rendszeren keresztül tesztet is kötelesek lesznek majd kitölteni, annak érdekében, hogy az átadott tudás megfelelő alkalmazását is minél hatékonyabban ellenőrizni tudja a Bayer (és az eredmények fényében a tréningek tartalmát esetleg módosítsa);
 - (v) a Bayer vállalja, hogy a képzései magas professzionális színvonalát biztosítani hivatott Jogi útmutatókat⁸³ szükség esetén - így értelemszerűen jogszabályváltozás, vagy a joggyakorlat releváns

⁸³ Korábbi Nyilatkozata 2.2. pontjában kerültek említésre ezen jogi útmutatók: egy ppt formátumú belső jogi útmutató, melyet korábban 3. sz. Mellékletként csatolt, és egy szabályzatként elfogadott dokumentum („Útmutató a Consumer Health üzletág

változása esetén - felülvizsgálja, a GVH erre irányuló kérése esetén a Bayer a felülvizsgált/módosított anyagot tájékoztatás végett benyújtja;

(vi) végül megerősíti a korábbi Nyilatkozata 2.7. pontjában tett vállalása iránti elköteleződését: a Bayer, mint az ÖRT tagja a jövőre nézve vállalja minden országos televíziós reklámja előzetes véleményeztetését.

2. Nyilatkozata elfogadása esetére megvalósítani vállalt kampányelemek

2.1. Edukációs kisfilmek

165. A korábbi Nyilatkozatában szereplő két filmes megjelenési opció közül arra a döntésre jutott a Bayer, hogy a korábbi 3.4.1 pontban szereplő edukációs kisfilmeket - vagyis 4 darab különálló, egyenként 60 másodperc hosszú, a vitaminok és ásványi anyagok szerepével kapcsolatos információkat feldolgozó - kisfilmeket tartja kommunikációs szempontból a leghatásosabbnak, így ezeket a kisfilmeket összefogó ún. Miniprogram megvalósítására vállal a Bayer kötelezettséget, amennyiben a GVH elfogadja jelen, módosított Nyilatkozatát.⁸⁴
166. Tervei szerint 2017 decemberében kerülne adásba ezen edukációs kisfilmek, melyek részletes story-boardját jelen pillanatban nem tudja bemutatni, hiszen azt a gyártó televíziós csatorna csak akkor készíti el, amikor a filmek legyártását megrendelte, ugyanakkor előkészítette a kisfilmek brief-jét, amelyet 1/B. számú mellékletként csatolt.
167. A brief-ből is látható, a Bayer alapvetően egy kifejezetten közérthető és informatív animációs kisfilmet tervez, ahol a különféle ábrák segítenék az információ-átadás sikerét. Nem zárja ki, hogy a fogyasztók általi megértést elősegítendő, egyéb elbeszélő vagy akár szórakoztató elemek is meg fognak jelenni. A Bayer a Nyilatkozata GVH általi elfogadása esetén természetesen örömmel fog együttműködni, hogy a kisfilmek minden részletükben a GVH által is üdvözölt tartalommal kerülhessenek legyártásra, így a Nyilatkozat elfogadása esetén is vállalja, hogy a kisfilmek story-boardjait a GVH részére észrevételezés céljából - még a filmek legyártása előtt - megküldi.
168. Ahhoz, hogy a filmek decemberben adásba kerülhessenek, szükség lenne azok mielőbbi megrendelésére, így örömmel fogadna az edukációs kampánnyal kapcsolatos mielőbbi visszajelzést is a GVH részéről. Amennyiben a rendelkezésre álló idő nem lenne elegendő a kérdés eldöntéséhez, úgy a kampányt jövő év elejére, vagy jövő őszi tudná csúsztatni. Az időzítés azért fontos, mert a kampányt olyan időszakra célszerű tenni, amikor a vitamin-tartalmú készítmények iránti kereslet és érdeklődés nagy. A vitamin tartalmú készítmények szezonja pedig ősztől nagyjából februárig tart. Amennyiben a televíziós kampányt januárra kellene csúsztatni, úgy viszont a teljes edukációs kampányt át kell strukturálnia, tekintettel arra, hogy a januári televíziós költségek jelentősen alacsonyabbak a novemberi, illetve decemberi költségeknél, amivel a tervezéskor kalkulált. A csatolt költségvetésben szereplő összeget a Bayer kész az edukációs kampányra költeni, így amennyiben a televíziós költség csökkenne, úgy a kampányt úgy módosítaná, hogy a mostaninál több megjelenést (több kisfilmet vagy több vetítési alkalmat) rendelne meg. A GVH ez irányú igénye esetén kész a januárra módosított kampánytervet is elkészíteni, illetve benyújtani. Amennyiben a januári időpont sem tudna már megvalósulni, úgy a kampányt 2018 őszi tenné, azonban erre vonatkozóan is új tervet és költségvetést kell készítenie. A jövő szeptemberi televíziós költségek valószínűsíthetően a beadvány benyújtása időpontjában tervezettel azonos megjelenést fognak majd lehetővé tenni, de ezt a konkrét költségvetés elkészítésekor tudja majd megerősíteni.

2.2. Videobanner megjelenések

termékeinek reklámozásával kapcsolatos alapvető jogi feltételekről”), amely 4. sz. Mellékletként került már korábban becsatolásra.

⁸⁴ Mivel a Bayer a fent említett, ún. Miniprogram megvalósítását tartaná célszerűnek, ezért a korábbi Nyilatkozata 3.4.2. pontjában említett másik televíziós megjelenésre vonatkozó javaslatát (termékreklámok utáni 5 másodperces figyelemfelkeltő szpot) kéri, a GVH tekintse tárgytalannak.

169. Korábbi Nyilatkozata 3.5 pontjában szerepelt, miszerint a tervezett kisfilmek megjelenését videobanner formájában is tervezi a Bayer közreadni, azzal, hogy a filmeket legyártó országos televízió honlapján kívánja ezeket a kampány hónapjában elérhetővé tenni. Tartalmuk azonos a tervezett edukációs kisfilmek tartalmával.

2.3. Szponzorált cikk-megjelenések

170. Figyelembe vette a Jelentésben a PR cikkel kapcsolatosan tett észrevételt, és ezért a korábban már benyújtott cikk helyett a Bayer az edukációs kampányát akként módosítja, hogy nem egyetlen, hanem 3 darab cikk megjelenését tervezi, melyek nem figyelemfelkeltő jellegűek lennének, hanem kifejezetten informatívak, annak érdekében, hogy a fogyasztók számára - a Jelentés által is beazonosított információs hiány sikeres csökkentése érdekében - minél jobban hasznosítható tudást bocsásson rendelkezésre. 1/A. számú mellékletként csatoltan küldi a PR cikkek tervezett tartalmát is (kérte továbbá a korábban 6. számú Mellékletként csatolt cikk-tervezet figyelmen kívül hagyását).

Tudástár-füzetek (ismertető kiadvány szórólapok)

171. Véglegesítette a 9. számú mellékletként beadni ígért (kisokos) ismertető kiadvány tartalmát, melyet ezúttal 1/D. számú mellékletként csatolt, azzal, hogy 20.000 darab példányban, egyenként 8 oldal terjedelemben vállalta közreadni azt, korábbi Nyilatkozata 3.8. pontjában rögzítettek szerint országszerte 1.000 db gyógyszertárban. Ez a tudástár füzet tartalmaz majd egy ún. QR kódot, aminek segítségével az érdeklődők azonnal eljuthatnak a www.vitamintudastar.hu oldalra.

3. Megfelelőségi program

172. Ahogyan említette, szeretné hangsúlyozni, hogy a Bayer számára mindenkor kiemelkedő jelentőséggel bírt a megfelelőség biztosítása, ideértve a jogszabályok, ágazati előírások, belső szabályzatok, önkéntes kötelezettségvállalások, illetve az etikai szabályok betartásával történő működést, és az azzal kapcsolatos törekvéseket, hogy a megelőzés jegyében a nem-megfelelőség kockázatát csökkentse, kizárja. Mindezzel továbbá tovább kívánja erősíteni az üzleti partnerek általi megbecsülését is. A Bayer vezetők ezen elkötelezettségüket/felelősségvállalásukat mindenkor hangsúlyozzák (hivatkozik a Bayer CEO-jának megfelelőség oldalán tett rövid közleményére: <https://www.bayer.com/en/corporate-compliance-policy.aspx>).
173. Ahogyan arra már a Nyilatkozatában is utalt, a Bayer-en belül 2014-ben indult meg a megfelelőség felülvizsgálata és 2017. október 2-i nyilatkozattétele időpontjában is futott egy ún. életciklus megfelelőségi program „Integrated Compliance Management” elnevezés alatt, amely már a korábbi hiányosságok javításával működik, de időről időre vizsgálja, hogyan tudja a megfelelőségi eszköztárat javítani, fejleszteni. A megfelelőségi program keretében globálisan kilenc kiemelkedően releváns kockázati területet határozott meg a vállalatcsoport, ezek egyike a termékekkel kapcsolatos kommunikáció. Az élethosszig tartó megfelelőségi program nagy alappillére a szabályzatok, a munkafolyamatok, a hatékony monitoring és a rendszeres képzések. Ezen felül az önellenőrzés jegyében zajlanak a Bayer-nél is a belső audit keretében strukturált átvilágítások. A termékekkel kapcsolatos kommunikáció vonatkozásában is ugyanezek az elvek érvényesülnek, ennek megfelelően a Bayer folyamatosan törekszik az azzal kapcsolatos megfelelőség biztosítására, és kész folyamatait felülvizsgálni, amennyiben az szükségesnek mutatkozik.
174. Fontosnak tartotta hangsúlyozni, hogy a VJ/82/2016-os számú eljárás tárgyát képező Berocca termékek kommunikációja kapcsán is felülvizsgálta a munkafolyamatait és ennek nyomán tett korrekciós lépéseket. Így bár a reklámanyagok előzetes véleményezése egy külön online felületen már jó ideje történik, a 2016-ban hatályban lépő globális SOP következményeként is a belső kontroll menetén szigorított, bővítette a kötelezően jóváhagyandó anyagok körét, strukturáltabb módon készül a termékevezetésekre, számos új képzést és segédletet dolgozott ki a megfelelőség biztosítása érdekében.

Összegzés

175. A Bayer fentiek összegzése során kitért továbbá arra, hogy ahogy eddig is, a nyilatkozattétele időpontjában is úgy véli, hogy az edukációs kampány összességében alkalmas arra, hogy a vitaminok és étrend-kiegészítők kapcsán a fogyasztók tudása és tudatossága növeléséhez pozitívan hozzájáruljon. Az interneten és a televízióban történő megjelenésekkel a fogyasztók releváns száma érhető majd el, miközben a megjelenések tartalma olyan, hogy képes valóban segítséget nyújtani számukra az egyes döntéshozatalaik során.
176. Fenntartotta továbbá a Bayer abbéli álláspontját, hogy fenti vállalásai tartalma túlmutat a jelen versenyfelügyeleti eljárással érintett ügyön, és nem csupán a GVH-val történő nagyfokú együttműködési szándékát jelzi, hanem alkalmas a fogyasztók objektív tájékoztatásához fűződő érdek, mint prioritást élvező közérdek érvényre juttatására, miközben áttételesen versenytársai és más piaci szereplők magatartását is orientálhatja, így hatását tekintve jelentős fogyasztói előny elérésére lehet alkalmas.
177. A Bayer bízik benne, hogy jelen formájában és részletességgel előterjesztett kötelezettségvállalásra irányuló nyilatkozatát üdvözli a GVH. A Bayer álláspontja szerint a köz javára hozzáadott értéként megjelenő tájékoztatások, mint fogyasztói előny mellett a GVH-nál is adminisztratív kapacitások felszabadításához járulhatna hozzá Nyilatkozata pozitív fogadása. A Bayer pedig természetesen nyitott bármilyen formában történő további egyeztetésre, amennyiben a GVH a vázolt vállalások pontosítását tartaná szükségesnek.

IX.

Az eljárás alá vont észrevételei az előzetes álláspont kapcsán

178. Az eljárás alá vont az eljáró versenytanács VJ/82-64/2017., VJ/82-66/2017. szám alatti értesítéseire, illetve az eljárás alá vont számára megküldött VJ/82-63/2017. szám alatti előzetes álláspontra figyelemmel VJ/82-67/2017. számú beadványában az alábbi nyilatkozatot terjesztette elő.

Bevezetés

179. Az eljárás alá vont ismertette, hogy a GVH több mint kettő éve, 2016. szeptember 30-án indított a Bayer ellen versenyfelügyeleti eljárást, a Berocca pezsgőtablettájuk és Berocca Performance néven forgalmazott, vény nélkül kiadható termékük kapcsán tanúsított egyes kereskedelmi gyakorlataik miatt. A Bayer ismételten hangsúlyozni kívánta, hogy a vizsgálati jelentés Versenytanács elé terjesztését megelőzően megtette kötelezettségvállalási indítványát, amelyet a versenyfelügyeleti eljárás megindítást követő kevesebb, mint egy éven belül kidolgozott és benyújtott, majd 2017. október 2-án tovább pontosított. Az Alaptörvény XXIV. cikkének (1) bekezdése rögzíti: mindenkinek joga van ahhoz, hogy ügyeit a hatóságok részrehajlás nélkül, tisztességes módon és ésszerű határidőn belül intézzék. A Bayer úgy véli, hogy ez kölcsönösen irányadó a hatóságokra és természetesen a Bayer-re is. Tekintve azonban, hogy a jelen versenyfelügyeleti eljárásában a GVH rá nem jellemző módon kifejezetten hosszú határidőkkel dolgozik, és a GVH 2017. július 21-én benyújtott kötelezettségvállalási indítványára tizennégy hónapon keresztül nem reagált, a Bayer rendkívül méltánytalannak tartja az előzetes álláspont azon megállapítását, miszerint a kötelezettségvállalás benyújtásakor a vizsgálat viszonylag előrehaladott volt. Az eljárás alá vont azt is észrevételezni kívánta, hogy a Bayer az előzetes álláspont alapján igen szűkös határidőben kényszerül érdemleges védekezésének kialakítására, figyelembe véve azt is, hogy a kötelezettségvállalási indítványa benyújtása óta eltelt hosszú idő alapján alappal bízhatott kötelezettségvállalási indítványa pozitív elbírálásában.
180. A Bayer észrevételezte, hogy az ellene a versenyfelügyeleti eljárás megindításakor hatályos Tptv. 63. § (2) bekezdés a) pontja rendelkezése alapján a GVH-nak az eljárást befejező döntését a vizsgálat elrendelésétől számított három hónapon belül kellett volna meghoznia, azzal, hogy ezen ügyintézési

határidőt - a Tptv. 63. § (5) bekezdése a) pontja alapján - legfeljebb két alkalommal, egyenként legfeljebb két hónappal valóban meghosszabbíthatta⁸⁵, de ezen hosszabbítások ellenére összességében így is jelentősen túllépte a GVH a versenyfelügyeleti eljárására irányadó törvényi ügyintézési határidőt, amelyen belül érdemi döntést kellett volna hoznia, és akár szankciót szabhatott volna ki. A Bayer kötelezettségvállalási indítványát a GVH 2017. július 21. napján vette kézhez, majd 2017. augusztus 3. napján döntést hozott a második alkalommal történő határidő hosszabbításról (tekintve, hogy annak hiányában 2017. augusztus 15-én lejárt volna az ügyintézési határidő). 2017. augusztus 3. napját követően csak több mint egy év után adta ki a GVH az előzetes álláspontját, mely 2018. szeptember 28-án érkezett meg az eljárás alá vonthoz, amelynek II. alpontjában rögzítette a GVH, hogy a jogsértés megállapításán túlmenően bírság kiszabását is tervezi. A fentiek alapján a GVH az ügyintézési határidő jelentős elhúzásával megsértette Magyarország Alaptörvénye (2011. április 25.) (a továbbiakban: Alaptörvény) XXIV. cikk (1) bekezdése rendelkezését, amely szerint „Mindenkinek joga van ahhoz, hogy ügyeit a hatóságok részrehajlás nélkül, tisztességes módon és ésszerű határidőn belül intézzék.”

181. A Bayer álláspontja szerint a GVH az ügyintézési határidő jelentős túllépése miatt az Alaptörvény XXIV. cikk (1) bekezdése rendelkezése - és annak kapcsán a lentebb bemutatásra kerülő Alkotmánybírósági Határozat és Kúriai döntés - alapján nem állapíthat meg jogszerűen szankciót az eljárás alá vonttal szemben jelen versenyfelügyeleti eljárásban, még akkor sem, ha történetesen a jogsértés jogszerűen megállapítható lenne.
182. Az 5/2017. (III.10.) AB Határozat a hivatkozott Alaptörvényi rendelkezés kapcsán a következő releváns rendelkezéseket rögzíti (a 15. pontban): „A hatósági eljárás méltányosságának, illetve tisztességének alapvető feltétele, hogy a közigazgatási hatóságok a rájuk irányadó jogszabályi határidőket betartsák. Különösen erősen kell, hogy érvényesüljön ez a követelmény azokban az esetekben, amikor a közigazgatási hatóság az ügyféllel szemben szankciót állapít meg. ... A közigazgatási szervnek ugyanis nem joga, hanem hatásköre és illetékessége (és ennek megfelelően lehetősége) van eljárni és eljárása során szankciót alkalmazni. ” A Határozat 16. pontja szerint „A tisztességes hatósági eljáráshoz való joghoz hozzátartozik annak biztosítása, hogy a közigazgatási hatóságok a rájuk vonatkozó határidőket betartsák, és a bíróságok e határidők be nem tartását ne az ügyfél terhére, hanem javára értékeljék. A jogalkotót illeti annak meghatározása, hogy egy adott közigazgatási határozat meghozatalára mennyi idő elegendő, ennek meghatározása nem alkotmányossági kérdés. Az viszont már alkotmányossági kérdés, hogy a jogalkalmazó szervek a jogalkotó által meghatározott kötelezettségeiket teljesítsék ... A tisztességes hatósági eljáráshoz való alaptörvényben biztosított jogból az következik, hogy a közigazgatási hatóságok számára a jogalkotó által meghatározott határozathozatali és szankcióalkalmazási határidő elmulasztásának ódiumát a mulasztó, jogszabályi kötelezettségüket határidőben nem teljesítő hatóságok, ne pedig az ügyfelek viseljék. ”
183. Arra a nem várt esetre, amennyiben a GVH a fenti AB Határozatnak a figyelmen kívül hagyásával bírság kiszabásáról hozna döntést a közeljövőben, a Bayer jelezni kívánta, hogy azt bírósági felülvizsgálat tárgyává fogja tenni. Teszi ezt azért, mert álláspontja szerint a jelen versenyfelügyeleti eljárásban a GVH-ra amúgy nem jellemzően, jelentős eljárási szabálysértés történt azáltal, hogy mintegy egy éven keresztül semmilyen érdemi eljárási cselekményre nem került sor a GVH részéről. A GVH egy évig tartó „hallgatása” után söpörte le előzetes álláspontjában a Bayer kötelezettségvállalási indítványát, és helyezte kilátásba bírság kiszabását, miközben a fenti AB Határozatot alapul vevő Kúria a Kfv. 1.35.760/2016/6. számú ügyben hozott döntésében szintén kimondta, hogy a jogsértés megállapításán túl a hatóság nem alkalmazhat szankciót, amennyiben megsérti az Alaptörvény XXIV. cikkének első bekezdését - mely szerint „Mindenkinek joga van ahhoz, hogy ügyeit a hatóságok részrehajlás nélkül, tisztességes módon és ésszerű határidőn belül intézzék.”

⁸⁵ A GVH először VJ/82-19/2016. számú, 2017. március 30-án kelt végzésével, majd a VJ/82-49/2016. számú, 2017. augusztus 3. napján kelt végzésével hosszabbította meg az ügyintézési határidőt két-két hónappal.

184. Fentiekre tekintettel az eljárás alá vont álláspontja, hogy ellene szankció jogszerűen nem szabható ki.

Az eljárás alá vont észrevételei az egyes állítólagos jogsértések kapcsán

185. A Bayer az észrevételének Bevezető részében előadott indokaiktól függetlenül ezt követően vette sorra, hogy a GVH mely kereskedelmi gyakorlatok kapcsán és mely jogalapokra hivatkozással kíván jogsértést megállapítani az előzetes álláspont vonatkozó pontjaiban foglaltak szerint és tette meg arra érdemi észrevételeit.

A Gyftv. 17. § (1) bekezdése a) pontja állítólagos megsértése az óriásplakát, az attrap, a „Lama” display, a televíziós reklám és a banner esetében

186. Az előzetes álláspont I. pontjának első bekezdése szerint, a 2015 januárjától 2016 áprilisáig a termékkategória jelölés szempontjából releváns, az Indokolás résznek X.4.1. pontja szerinti kommunikációs eszközök alkalmazásával a Bayer megsértette a Gyftv. 17. § (1) bekezdés a) pontjának előírását. Az Indokolás résznek X.4.1. pontja szerinti és az előzetes álláspont 247. pontjában előadott kommunikációs eszközök: az óriásplakát, az attrap, a „Lama” display, a televíziós reklám. Az eljárás alá vont úgy értette, ezen reklámokat tartja tehát az előzetes álláspont jogsértőnek, „a gyógyszer termékkategóriájára vonatkozó, azonban a fogyasztó által észlelt üzenet részévé nem váló, és ezért nem megfelelő tájékoztatás miatt”.

187. Az óriásplakát kapcsán a termékek kategóriájára vonatkozóan előadott tájékoztatásokat illetően a Bayer nem vitatta, hogy azok - az óriásplakát esetben annak fogyasztó általi megtekintésére jellemzően rendelkezésre álló viszonylag rövid időre tekintettel - a fogyasztói üzenet részévé váltak-e vagy sem. A Bayer továbbá az előzetes álláspont 248. pont kapcsán beismerte a Gyftv. 17.§ (1) bekezdés a) pontja megsértését, nevezetesen hogy elmulasztotta a Berocca Performance termékére vonatkozóan annak gyógyszer kategóriába tartozása egyértelmű meghatározását biztosítani.

188. Az attrap kapcsán az előzetes álláspont 249. pontja elismeri ugyan, hogy azon szerepel (!) a termék-kategóriára vonatkozó kötelező tájékoztatás, de a GVH azt feltételezi, hogy ez a tájékoztatás nem válik a fogyasztói üzenet részévé, mert szerinte a kockázatokról és mellékhatásokról való tájékozódás szükségességére utaló tájékoztatás „elviszi” róla a fogyasztó figyelmét. Az eljárás alá vont észrevételezte, hogy ezt a feltételezését a GVH semmivel sem támasztotta alá, és vitatta, hogy a kötelező tájékoztatás a mellékhatásokról elvinné a (Gyftv. 17. § (1) bekezdés a) pontja szerinti) termékkategóriára vonatkozó tájékoztatásról az Fttv. 4. § rendelkezése által védeni hivatott, ésszerűen és tájékozottan eljáró fogyasztó figyelmét: a Bayer álláspontja szerint ésszerű azt feltételezni, hogy az ilyen fogyasztó, amikor a patikában várakozik, a legnagyobb nyugalommal áttekintheti a patikai térben kihelyezett attrap-ot és az azon közreadott valamennyi kötelező tájékoztatást.

189. A „Lama” display kapcsán a GVH lényegében semmivel sem indokolta azon feltételezését, hogy a közreadott tájékoztatás miért nem vált a fogyasztói üzenet részévé, mindazonáltal a Bayer álláspontja szerint az azzá vált.

190. Az előzetes álláspont 13-14. oldalain bemutatott Berocca termékek televíziós reklámja kapcsán az előzetes álláspont 250. pontjában kifejtettek szerint hiába hangzik el (!) a Berocca Performance kapcsán a „Kockázatokról és a mellékhatásokról olvassa el a beteg-tájékoztatót vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét!” figyelemfelhívó tájékoztatás, mert maga a termékkategóriára történő utalás csak apró betűvel jelenik meg, és az apró betűs megjelenés okán a fogyasztó számára nem észlelhető. Ezen a ponton a Bayer észrevételezi, hogy az Fttv. 4. § rendelkezése által védeni hivatott fogyasztó a saját értelmi képessége alapján a figyelemfelhívó mondat hallatán (!) teljesen nyilvánvalóan (a vény nélkül kiadható) gyógyszer kategóriába sorolja be az adott terméket - akár a televízió készülék előtt ülve látja az apró betűs termékkategória jelöltést, akár a televízió készüléktől távol tartózkodva nem látja azt. A Bayer szerint a termékkategória jelölés tehát a Berocca Performance termék televíziós reklámja esetében a fogyasztói üzenet részévé válik: ott van apró betűvel és hallhatja is azt a fogyasztó. Mindazonáltal az előzetes álláspont 250. pontjában felrött

jogsértést - a Gyftv. 17. § (1) bekezdése a) pontjának megsértését - a Bayer kész beismerni, tekintettel arra, hogy a GVH Közleménye szerint a beismerés bírságcsökkentő tényezőként kell, hogy figyelembe vételre kerüljön a GVH által (még abban az esetben is, amennyiben a Bevezetésben hivatkozott AB Határozatot nem venné figyelembe a GVH).

191. A fenti pont utolsó mondatában előadott megfontolásból a banner kapcsán, melynél a termékkategóriára vonatkozó információ csak a reklám sarkában elhelyezett csillag alatti tájékoztatás formájában jelent meg (előzetes álláspont 43.), a Bayer szintén kész beismerni (az előzetes álláspont 254. pontjában rögzítettek szerint), hogy az nem tartalmazott a termék (gyógyszer) kategóriájára vonatkozó - a Gyftv. 17. § (1) a) pontja szerinti - tájékoztatást.

A Gyftv. 17. § (1) bekezdése d) pontja állítólagos megsértése (a reklámok nem felelnek meg az engedélyezett alkalmazási előírásban foglaltaknak)

192. Az előzetes álláspont I. pontjának második bekezdése szerint a szellemi teljesítmény és a fizikai állóképesség növelésére (emelésére) ajánlás szempontjából releváns, az előzetes álláspont Indokolás részének X.4.2. pontja szerinti kommunikációs eszközökön - így az óriásplakáton, a banneren, a hirdetésben és a televíziós reklámban - adott tájékoztatás révén megsértette a Bayer a Gyftv. 17. § (1) bekezdés d) pontjában foglaltakat (a reklámok állítólag nem feleltek meg az engedélyezett alkalmazási előírásban⁸⁶ foglaltaknak). A GVH szerint ugyanakkor a rádióreklám⁸⁷, az attrap, a „Lama” display és a honlapi aloldalak esetében fennállt az összhang az alkalmazási előírásban foglaltakkal (az előzetes álláspont 266. pontja szerint).
193. A Bayer vitatta, hogy az óriásplakát, a banner, a hirdetés és televíziós reklámja kapcsán közreadott tájékoztatás nincs összhangban az alkalmazási előírásban foglaltakkal.
194. Az óriásplakát esetében a „Pörgös nap? Indíts Beroccával” kiemelt tájékoztatás az ép elméjű átlagfogyasztó számára nem utal és nem is utalhat arra, hogy egyetlen napra jelenthet megoldást a termék szedése (még ha csak alig van ideje is rápillantani a fogyasztónak a plakátra). Ugyanez vonatkozik a televíziós reklámra is. A Bayer kissé értetlen a GVH értelmezésével szemben, azaz miért kívánja a GVH az óriásplakát, illetőleg a televíziós reklám üzenetébe azt beleérteni, amit egy átlagfogyasztó nem ért bele az üzenetbe, és miért kívánja megismételni a korábban ezzel kapcsolatosan megtett észrevételeit, miszerint az Fttv. 4. § által védeni hivatott átlagfogyasztó jellemzően gyermekkor óta tudja, hogy a multivitamin készítmények szedése hosszabb távon javasolt, és egyáltalán nem keveri össze azok hatásmechanizmusát egyetlen fogyasztó sem egy kávé, de egy adag energiatartalmú elfogyasztása révén elérhető „gyors” hatással sem. Még akkor sem, ha az óriásplakáton, illetőleg a kifejezetten kikapcsolódást és humoros hangvételt célzó televíziós reklámban a reklám főhősének - aki messze nem egy közismert olimpián, hanem egy fiktív, átlagos irodista - a szokásos napi rutinját mutatják be a dinamikus képsorok.
195. A Berocca Performance filmtabletta alkalmazási előírása szerint: „... A készítményben található mikrotápanyagok fontos szerepet játszanak az agy energia metabolizmusában, a neurotranszmitterek szintézisében, a receptor kötésben, stb. ... Ezeknek a mikrotápanyagoknak a hiánya fáradtságot, koncentrációs nehézséget, memóriacsökkenést, zavartságot, hangulatzavarokat ... okoz, amelyek

⁸⁶ A Berocca Performance filmtabletta alkalmazási előírása szerint: „...A készítményben található mikrotápanyagok fontos szerepet játszanak az agy energia metabolizmusában, a neurotranszmitterek szintézisében, a receptor kötésben, stb. ... Ezeknek a mikrotápanyagoknak a hiánya fáradtságot, koncentrációs nehézséget, memóriacsökkenést, zavartságot, hangulatzavarokat ... okoz, amelyek mindegyike negatívan befolyásolja a kognitív funkciókat és a szellemi teljesítőképességet. A készítmény több mint négy héten át tartó alkalmazása jelentősen javítja az általános mentális egészség, a fizikális energia, a koncentráció, a fizikális és a szellemi kitartás értékelését és csökkenti a szubjektív stresszt és szellemi fáradtságot.”

⁸⁷ Az Előzetes Álláspont 266. pontja szerint a rádióreklámja összhangban állt a gyógyszer alkalmazási előírásával. Ebben a pontban a GVH rögzíti, hogy a reklám nem említi (!), hogy négy hetes alkalmazása szükséges a hatás eléréséhez, de nem is kelti gyors segítség látszatát, tehát a fogyasztó számolhat azzal (.), hogy a terméknek hosszabb időn át tartó szedése szükséges. A Bayer kiemelte, hogy ez esetben a GVH az Fttv. 4. § rendelkezésének megfelelő értelmű fogyasztót modellezett - aki számára a 21 században köztudomású, hogy a multivitaminokat hosszabb ideig célszerű fogyasztani, és nem várható tőlük azonnali hatás. A többi reklám kapcsán azonban a GVH a reklámüzenet meghatározásánál sajnos nem ilyen fogyasztóból indul ki.

mindegyike negatívan befolyásolja a kognitív funkciókat és a szellemi teljesítőképességet. A készítmény több mint négy héten át tartó alkalmazása jelentősen javítja az általános mentális egészség, a fizikális energia, a koncentráció, a fizikális és a szellemi kitartás értékelését és csökkenti a szubjektív stresszt és szellemi fáradtságot.”

196. Ismételten észrevételezte a Bayer, hogy ha és amennyiben a GVH szerint semmi alkalmazási előírást vagy Fttv.-t sértő mozzanat nem volt a Béres korábban már hivatkozott⁸⁸ multivitamin reklámjában, - amelyben nem egy humorosra vett főhős, hanem egy közismert olimpikon, Madaras Norbert népszerűsítette a versenytárs készítményét azzal, hogy számára fontos, hogy fizikailag és szellemileg is kiválóan teljesítsen, szárazföldön és vízben egyaránt akkor érthetetlen a GVH azon megállapítása, hogy a Berocca termékek reklámjait egy átlagfogyasztó mégis miért értelmezhetné úgy, hogy azok már aznapra, az alkalmazási előírással összhangban nem álló „gyors” hatást ígértek.
197. Az előzetes álláspont a 266. pontjában azt fejtegeti, hogy a hirdetés szintén a „Pörgős nap?” stb. tájékoztatást tartalmazza, és állítólag arra utal, hogy a termék rövid időn belül, már másnapra segítséget nyújthat. A Bayer álláspontja szerint azonban a másnap mégis a legjobb formát kell hozni fordulat dacára sem értheti és érti úgy az átlagfogyasztó a reklám üzenetét, ahogyan azt a GVH szerint érti (miszerint nem szükséges hosszabb távon szedni a készítményt). A GVH szerinti értelmezés a Bayer meglátása szerint nem reális, ugyanis az Fttv. 4. §-a szerinti átlagfogyasztó nem buta, megfelelő alap-tájékozottsággal rendelkezik és tudja, hogy minden vitamint hosszú távon kell szedni ... Észrevételezte a Bayer, hogy a rádióreklámokban elhangzó történet esetében maga az előzetes álláspont is az Fttv. 4. §-a szerinti ésszerűen gondolkodó, megfelelően tájékozott átlagfogyasztó modelljéből indult ki.

Az Éltv. 10. § (2) bekezdése b) pontja és a 1169/2011/EU rendelet 7. cikke (1) bekezdése b) pontja állítólagos megsértése (szintén az Indokolás rész X.4.2. pontjában foglalt kommunikációs eszközökön, így az óriásplakát, az attrap, a „Lama” display és a televíziós reklám esetében)

198. A Bayer a GVH Bírságközleményére és az előzetes álláspont 306. pontjában bemutatott táblázatára tekintettel kész elismerni az élelmiszerreklámok előzetes álláspont szerinti minősítését, így az előzetes álláspont X.4.2.2. pontjában foglaltakat nem kívánja vitatni.

A kötelezettségvállalás értékelésére tett észrevételek

199. Kifejezetten méltánytalannak tartotta a Bayer, ahogyan egy év elteltét követően a GVH az előzetes álláspont 294. pontjában a kötelezettségvállalás elfogadása melletti érvek közül mindösszesen egyetlen egyet azonosított be, nevezetesen hogy a Bayer az elmúlt öt évben nem követett el jogsértést az Fttv. terhére.
200. Az eljárás alá vont sérelmezte, hogy bár maga a vizsgálati jelentés azonosította be azt a fogyasztói körben meglévő információs hiányt, amelyre a Bayer edukációs kampánya igenis segítséget nyújthatott volna, az előzetes álláspont értelmes és érdemi értékelést nem adott erre vonatkozóan, csupán egy meglehetősen nehezen értelmezhető pontban, az előzetes álláspont 295. pontjában hozta ki azt a következtetést, hogy a Bayer által felajánlott edukációs kampány nem érné el a hatását akkor, ha a piaci szereplők (?) nem adnak pontos és valós tájékoztatást a termékek kategóriájáról, összetevőiről⁸⁹. Tehát, ha jól érti a Bayer a GVH érvelését, azért nem megfelelő a Bayer edukációs kampány-terve a GVH megítélése szerint, mert ha és amennyiben más versenytársak majd jogsértést követnek el, akkor a Bayer vitamin tudására és kisfilmjei hiába valóak. A Bayer továbbra is azon az állásponton van a jóhiszemű és tisztességes eljárás alapelveivel összhangban, továbbá korábban tett vállalásait fenntartva, hogy a jelen versenyfelügyeleti eljárásban meghozott végső érdemi döntéstől

⁸⁸ A Bayer a Béres Actival+Magnézium multivitamin reklámjára 2017. október 2. napján kelt beadványában hivatkozott, megadva annak Youtube-on történő elérhetőségét is.

⁸⁹ „A tervezett edukációs kampány arra alkalmas ugyan, hogy a termékkategóriák és a termék összetevők jellemzőiről tájékoztasson, azonban nem lenne képes a fogyasztói döntés korrekcióját biztosítani arra az esetre, ha a fogyasztót megcélzó reklám a termékkategóriák, illetve a termék-jellemzők kapcsán megtévesztő tájékoztatást tartalmaz.”

függetlenül vállalta megvalósítani - és már meg is valósította - a www.vitamintudastar.hu weboldalon a Vitamin Tudástár nevű tájékoztató anyag közreadását és az Előzetes Álláspont 167. pontjában hivatkozottak szerint az ún. Magatartási Szabályok⁹⁰ érvényre juttatását.

201. Végezetül ismételtén kérte a Bayer a GVH-t, hogy mérlegelje, hogy a Bayer központja által 2014 januárjában indított „frissített megfeleléségi program” alapján megindította a kiválasztott kulcsterületek - így a termékkel kapcsolatos kommunikáció - átvilágítását is, amelynek első lépése az érintett terület kockázati kiértékelése volt, amelyet a Bayer központtal való ún. kerekasztal egyeztetés zárt le már 2015. december 16-án. Ezzel azt kívánta a Bayer hangsúlyozni, hogy a Bayer a jelen eljárás tárgyát képező hatósági vizsgálat megkezdését megelőzően tett lépéseket annak érdekében, hogy biztosítsa megfeleléségét, illetőleg mindenkor igyekszik minden tőle elvárhatót megtenni az esetleges jogsértések elkerülése érdekében. Az eljárás alá vont ugyancsak minden országos televíziós reklámfilm előzetes véleményeztetését kéri az ÖRT-től, amelynek 2015 januárjától tagja.
202. A fent előadottak alapján kéri az eljárás alá vont a GVH-t, hogy az ezen beadványában előadottakat méltányosan mérlegelje és a tárgyi ügy alapját képező magatartással összefüggésben ismételtén mérlegelje a Bayer kötelezettségvállalásra való változatlan hajlandóságát, különös tekintettel arra, hogy annak szezonális feltételrendszere továbbra is fennáll.

X.

Az eljárás alá vont előadása a versenytanácsi tárgyaláson

203. A 2018. november 5-i versenytanácsi tárgyalásról készült jegyzőkönyv⁹¹ szerint a tárgyaláson az eljáró versenytanács jelezte, hogy az eljárás alá vont beadványában hivatkozott az 5/2017. (III.10.) számú AB határozatra, ugyanakkor az eljáró versenytanács ezzel összefüggésben utal arra, hogy az Alkotmánybíróság 3270/2018. (VII.20.) AB végzésének⁹² 31. pontjában expressis verbis kimondta azt, hogy az 5/2017.-es AB Határozat a versenyfelügyeleti eljárásokban nem alkalmazható, „mivel a Tptv. 63. §-ában rögzített ügyintézési határidő nem tekinthető anyagi jogi határidőnek.”. Erre tekintettel pedig az eljáró versenytanács álláspontja szerint a kifogás alaptalannak tekinthető és ennek megállapítását tervezi.
204. Az eljáró versenytanács utalt továbbá arra, hogy a kötelezettségvállalás elfogadhatósága kapcsán nem változott a beadvány kézhezvételét követően az álláspontja, a vállalat továbbra sem látja elfogadhatónak.
205. Mindemellett az eljáró versenytanács az eljárás alá vonti beadványban az attrap és a „Lama” display esetében tett megállapítások kapcsán jelezte, hogy mindkettő esetében tervezi figyelembe venni azt, hogy az érintett tájékoztatás viszonylag kis méretre, a megtekintés körülményeire tekintettel nem válhatott a fogyasztóhoz eljutott üzenet részévé és kérdezi az eljárás alá vontat, hogy elismerését kirterjesztené-e ezen eszközökre is – annak figyelembe vétele mellett is, hogy a teljes elismerés nagyobb súllyal vehető figyelembe.
206. Az eljárás alá vont jelezte, hogy ezen tekintetben, és az attrap, illetve a „Lama” display esetében is az elismerés kapcsán későbbiekben nyilatkozik. Továbbá utalt arra, hogy ha jól érti, az eljáró versenytanács a kötelezettségvállalást egyik eleme tekintetében sem tervezi elfogadni. Az eljáró versenytanács erre igenlő választ adott.
207. Az eljáró versenytanács figyelmét felhívta az eljárás alá vont ennek kapcsán még arra, hogy álláspontja szerint a tudáshiány, amelyre a vizsgálati jelentés is utal, továbbra is fennáll. A képviselő oktatási tevékenysége keretében a hallgatók körében érdeklődött, hogy rendelkeznek-e tudással az

⁹⁰ Ennek megfelelően a következő három évben a Bayer évente két tréninget tervez tartani jelenléti ív felvétele mellett és az ÖRT tagjaként a Bayer vállalja minden országos televíziós reklámja előzetes véleményeztetését az ÖRT-nél.

⁹¹ VJ/82-68/2016.

⁹² A döntés egy példányát az eljáró versenytanács az eljárás alá vont részére átadta.

egyes termékkategóriák vonatkozásában és a megkérdezés eredményei szerint a hallgatóság körében nem volt tiszta, hogy mi az, ami az egyes kategóriák körében minősülő terméknek tekinthető.

208. Az eljáró versenytanács továbbá utalt arra, hogy amennyiben kötelezettségvállalás nem is kerül elfogadásra, az együttműködés egyes elemei a bírságkiszabásnál a szankció megállapítása körében értékelhetőek.
209. Az eljárás alá vont előadta továbbá, hogy a Bayernek-nak mindig fontos volt a megfelelés, amely a GVH közleménye szerint is lényeges szempont. Kihangsúlyozta, hogy mindig is volt megfelelési program, ugyanakkor azt újrastrukturálták, és a beadványokban korábban ismertetteken felül utalt arra, hogy 2017-től folyamatosan folytatják a megfelelési tréningeket, képzéseket, az anyagok aktualizálását, munkafolyamatokról leírások készültek, illetve működtetik az önellenőrzési mechanizmust. Utóbbi eredménye kapcsán jelezte, hogy viszonylag nagy szervezetről van szó, így rámutatott olyan kérdésekre, melyek kapcsán érdemes továbblépni, illetve támogatni a kollégákat. Ugyanakkor a szükséges segítséget megadják, október hónapban is belső képzést folytattak, az ÖRT is tartott előadást a szervezeten belül. Amire teret tud nyújtani ez az önellenőrzési, illetve képzési folyamat, az a kölcsönös megértésnek a fejlesztése, amely segítheti a munka megfelelését, és amennyiben valamely új területen kezdenek meg tevékenységet, akkor is ellenőrző listát állítanak össze, mellyel a munkatársak tevékenységét előre segíthetik. Továbbá az ÖRT-tel folyamatosan véleményeztetik a reklámokat, és annak az eredményeit figyelembe veszik. Az eljárás alá vont a képzések kapcsán kiegészítőleg utalt arra, hogy képzések mindig is voltak a szervezetnél, ugyanakkor ezek 2017-től strukturáltabbak, téma-fókuszúbbak, így például termékbevezetésnél korábban nem volt közös indító megbeszélés, de már bevezették azt, hogy ilyet tartanak, valamennyi terület jelenlétével, és azt gondolják, hogy ennek nagy a hozzáadott értéke, hogy valamennyi terület jelen van, és elmondhatja mi az, ami szerinte fontos. Ezeket a bevezető egyeztetéseket rutinszerűen tartják. Az eljárás alá vont a Vitamintudástár kapcsán utalt még arra, hogy a korábbi vállalásában említett közzététel megtörtént időközben ennek kapcsán, és ezt teljesítette.
210. A teljesítések kapcsán az eljárás alá vont kérdésre jelezte, hogy csatolja a már általa tett nyilatkozatok alapján esedékes vállalásoknak a teljesülésével összefüggő dokumentumokat megküldi az eljáró versenytanács felé.
211. Az eljárás alá vont előadta továbbá, hogy a korábbi előadásait fenntartja, úgy a hatáskörrel, mint a határidővel kapcsolatos előadásai tekintetében, és kitért arra, hogy az egy éves időtartam elteltét továbbra is méltánytalannak tartja. Egy évig azon hitben volt, abban bízott, hogy bírság kiszabása nélkül születik érdemi döntés, és továbbra is bízik abban, hogy egy méltányos végső döntés fog születni esetében, különös tekintettel a megfelelés érdekében az eljárás alá vont által az elmúlt egy évben is megvalósított erőfeszítésekre.

XI.

Az eljárás alá vont versenytanácsai tárgyalást követően tett nyilatkozatai

212. Az eljárás alá vont 2018. november 9-én kelt, **VJ/82-69/2016.** szám alatti beadványában a 2018. november 5-i versenytanácsai tárgyaláson tett vállalásának megfelelően nyilatkozott arra vonatkozóan, miszerint nem tesz az Előzetes Álláspont 249. pontja kapcsán beismert nyilatkozatot, mindazonáltal csatolta a GVH részére a Bayer Megfelelési Programjának folyamatos és intenzív megvalósulásának, illetve annak fejlődését alátámasztó bizonyítékait (a nyilatkozata Mellékleteiben).
213. Az eljárás alá vont az egyes témakörök kapcsán az alábbi előadásokat tette.

Az eljárás alá vont álláspontja az attrap és a „Lama” display megfelelése kapcsán

214. A Bayer kitért arra, hogy szeretné ismételt hangsúlyozni, hogy az előzetes álláspont 249. pontja elismeri, hogy az attrapon és a „Lama” display-en szerepel (!) a Gyftv. 17. § (1) bekezdés a) pontja szerinti termék-kategóriára vonatkozó kötelező tájékoztatás, amit álláspontja szerint a gondos

fogyasztó - a GVH feltételezésével ellentétben – észlelhet és megérthet, ha akar, így a tájékoztatás a fogyasztó által észlelt üzenet részévé válhat. A Bayer álláspontja továbbra is az, miszerint azt jogszerű és ésszerű feltételezni, hogy a racionális és az ügyeivel törődő fogyasztó, amikor a patikában várakozik, a kezébe veheti és a legnagyobb nyugalommal áttekintheti a patikai térben kihelyezett attrap-ot és elolvashatja az azon közreadott valamennyi kötelező tájékoztatást. A „Lama” display pedig a 135 cm magassága miatt eleve elég nagyknak minősül.

215. A Bayer előadta továbbá, hogy szeretné a fenti álláspontja alátámasztására a GVH figyelmébe ajánlani az AESGP (Association Européenne des Spécialités Pharmaceutiques Grand Public), mint nemzetközi egyesület „Position Statement” címet viselő anyagának a következő megállapításait⁹³: „There is no evidence to suggest that umbrella branding per se misleads consumers. Evidence from readability tests demonstrates that consumers can read and comprehend these labelling instructions. (!) Imposing additional requirements would simply constitute an unnecessary restriction by authorities to the European citizens’ right to practice responsible self-care.” Vagyis az attrap és a „Lama” display-en a termékkategóriára vonatkozóan közreadott tájékoztatás kapcsán a Bayer továbbra is vitatja a GVH azon feltételezése megalapozottságát, hogy a kötelező tájékoztatás a mellékhatásokról elvinné és egyáltalán elvihetné a termékkategóriára vonatkozó tájékoztatásról az Fttv. 4. § rendelkezése által védeni hivatott, olvasni tudó és olvasni hajlandó fogyasztó figyelmét.

Az eljárás alá vont álláspontja az ügyintézési határidő releváns mértékű túllépése kapcsán

216. A GVH több mint kettő éve, 2016. szeptember 30-án indította meg a Bayer ellen a versenyfelügyeleti eljárást, és a Bayer által 2017. október 2-án tovább pontosított kötelezettségvállalási indítványát egy évig nem méltatta, arra csupán 2018. szeptember 28-án kiadott Előzetes Álláspontjában reagált, elutasítva azt. A Bayer tudomásul veszi, hogy a kötelezettségvállalásra megtett indítványát semmiképp sem fogadja el a GVH, mindazonáltal fenntartja az előző nyilatkozatában az ügyintézési határidő jelentős túllépése kapcsán előadott álláspontját, és úgy véli, akár anyagi, akár nem anyagi jogi határidőt is fémjelez a Tpvt. ügyintézési határidőre vonatkozó rendelkezése, azt a jogalkotó nem körülbelüli iránymutatásul szánta, hanem azzal a szándékkal alkotta meg, hogy azt a GVH betartsa és ne fordulhasson elő olyan, az eljárás alá vont számára méltánytalan helyzet.
217. A Bayer tudomásul veszi a GVH-nak a 3270/2018. (VII. 20.) AB végzés („AB végzés”) 31. pontja megállapításából⁹⁴ levont álláspontját, miszerint irreleváns a Tpvt.-ben definiált ügyintézési határidő, mert az nem anyagi jogi, és emiatt nem részesülhet alapjogi védelemben.
218. A tudomásulvételtől függetlenül úgy véli azonban a Bayer, hogy mégiscsak különös, hogy akkor mégsem *mindenkinek*, csak azoknak az eljárás alá vontaknak van joga, hogy „*ügyeit a hatóságok részrehajlás nélkül, tisztességes módon és ésszerű határidőn belül intézzék.*” (a dőlt betűs hivatkozás eljárás alá vonti, az Alaptörvény 24. cikke első bekezdéséből való), akikre a folyamatban lévő közigazgatási eljárásban anyagi joginak minősülő ügyintézési határidő vonatkozik.
219. Az ügyintézési határidő jelentős elhúzásával a GVH a Bayer álláspontja szerint megsérthette az Alaptörvény XXIV. cikk (1) bekezdése rendelkezését: a GVH által hivatkozott AB végzés, és a Bayer által hivatkozott 5/2017. (III. 10.) AB határozat („AB határozat”) között ugyanis összeférhetetlen alkotmányossági ellentét állhat fenn, de tény, hogy ezen ellentét feloldására alkalmas egyéb eljárások megindítására jelen körülmények között a Bayer-nek nincsen lehetősége. A Társaság ennek ellenére kiemeli, hogy az általa hivatkozott AB határozat egy az ún. ágazati közigazgatási jogszabályokban szereplő határidőt, mégpedig a felszíni vizek minősége védelmének szabályairól szóló 220/2004. (VII. 21.) Korm. rendelet 33.§ (1) bekezdése szerinti határidőt látott el az Alaptörvény XXIV. cikk (1) bekezdésének védelmével, míg ugyanezt a védelmet az AB Végzése - feltehetően alkotmányellenes módon – nemhogy nem terjesztette ki a jogforrási hierarchia

⁹³ Az érintett kiadványt a Bayer beadványa mellékleteként csatolta.

⁹⁴ „....a Tpvt. 63. §-ában rögzített ügyintézési határidő nem tekinthető anyagi jogi határidőnek, így módon nem vonatkoztatható rá az indítványozó által hivatkozott, az Alkotmánybíróság 5/2017. (III. 10.) AB határozatában megállapított alkotmányos követelmény.”

magasabb szintjén helyet foglaló törvények vonatkozó rendelkezéseire, így a Tptv. ügyintézési határidejére sem, hanem egyenesen lerontotta az AB Határozat megállapításait.

220. A Tptv. valóban nem nevesít a bírság kiszabására külön (speciális) határidőt, így a bírságot a Bayer álláspontja szerint *az ügyintézési határidőn belül* kellene kiszabni (kiemelés az eljárás alá vonttól) és arra szubszidiárius jelleggel irányadó a Ket. 94/A. § (2) bekezdésének bírság kiszabására irányadó határideje. A hivatkozott AB határozat és AB végzés a Bayer meglátása szerint nem volt tekintettel arra, hogy a Korm. rendeletben alkotmányossági védelemmel ellátott határidő, valamint a Tptv.-ben és a Ket.-ben szereplő ügyintézési, és a bírság kiszabására meghatározott - de ilyen védelemmel el nem látott - határidő mögöttes szabályozási célja ugyanakkor ugyanaz. Nevezetesen ugyanazon alkotmányos jogokat, mégpedig a tisztességes hatósági eljáráshoz való jog megvalósulását hivatottak biztosítani és ilyen módon ugyanazon alkotmányos védelemben kellene, hogy részesüljenek. Mindazonáltal, bár ennek tesztelésére jelen versenyfelügyeleti eljárás lezárásáig nincs lehetősége a Bayer-nek, nem zárja ki annak lehetőségét a Bayer, hogy megtegye a vázolt ellentmondások kitisztázása érdekében szükséges intézkedéseket, és tisztelettel kéri a GVH-t egy korrekt és méltányos érdemi döntés meghozatalára.

A megfelelés érdekében megvalósuló érdemi erőfeszítések és azok igazolása

221. A Bayer közreadta az étrendkiegészítők és vény nélkül kiadható gyógyszerekről az érdeklődő fogyasztók számára hasznos információkat megjelenítő edukációs anyagát, mely a www.vitamintudastar.hu weboldalon folyamatosan elérhető.
222. A Bayer folyamatosan megvalósítja az ún. Magatartási Szabályokat - melyeket az előzetes álláspont a 167. pontjában rögzít és amelyek igazolására a beadványa mellékleteiben előadta a szükséges igazolásokat:
- A. A Bayer minden egyes országos televíziós reklámfilmje előzetes véleményeztetését kéri az ÖRT-től, amelynek 2015 januárjától tagja. Ennek igazolására csatolta a Bayer az ÖRT véleményét kérő e-mail leveleinek a másolatait beadványa 1. számú mellékletében.
- B. A Bayer minden évben tart – ma már egyre inkább „személyre szabott”, azaz az adott üzletág működéséhez igazodó – tréningeket a Consumer Health üzletág dolgozóinak, melyen a korábban már csatolt Jogi útmutató anyagának feldolgozásán túl a jogszerű reklámozás aktualitásai is – így a GVH releváns joggyakorlata - bemutatásra, megbeszélésre kerül. Ennek alátámasztására csatolta a beadványa 2. számú mellékletében az előadásai anyagait.
- A Bayer jelezte továbbá, hogy szeretné hangsúlyozni, hogy a Bayer-nél globálisan futó életciklus megfeleléségi program kidolgozásának első lépcsője kiemelt területként egy áttekinthető belső szabályzat elkészítése volt, amelyet a lehetséges kockázatok kiértékelése, illetve annak alapján a kockázatok csökkentésére a konkrét akcióterv kidolgozása követett, amelynek elfogadása a már hivatkozott 2015. decemberi 1-jei, Bayer Központtal tartott ún. „kerekasztal” megbeszélésen történt meg. 2016-ban indult meg az akcióterv alapján a munkafolyamatok korrekciója. A megfeleléség javítására vonatkozó elhatározás és törekvés így a jelen eljárás tárgyát képező ügy megindítását megelőzően is megvolt, illetőleg megtörténtek.
- C. A tréningeken történő részvételről felvett jelenléti íveket a beadványa 3. számú melléklet tartalmazza.
- D. A beadványa 4. számú mellékletében csatolta a Bayer a legutóbbi, 2018. október 13-án tartott tréningen történő részvételre felhívást tartalmazó e-mail levelét, amelyen „Vigyázat, reklámozunk! –avagy mire kell figyelni” címmel Fazekas Ildikó címzetes docens tartott előadást az ÖRT részéről.
- E. A beadványa 5. számú mellékletében csatolta a Bayer az e-learning oktatóportálja működését és megvalósulását igazoló print screen kivonatot.

- F. A Bayer 2017. évben ügyvédi iroda bevonásával már az ún. effectiveness monitoring (önellenőrzést) is elkezdte, amelynek keretében hangsúlyosan a munkafolyamatok betartását követi és azt ellenőrzi, mennyiben megfelelőek a belső folyamatok, illetve mennyire sikeres a követelmények megvalósítása. A Bayer-nél 2017, 2018-ban helyi (internal) és 2017-ben a központ által végzett ún. general audit is megvalósult, amelynek keretében a felelősségi körök és feladatok is további pontosításra kerültek: A Bayer egyre strukturáltabban és a cross-functional együttműködésre építve tesz folyamatosan érdemi erőfeszítéseket az új termékei bevezetése kapcsán – a beadványa 6. számú mellékletében csatolt pár ún. kick off meetingre szóló meghívó e-mailt.
- G. A beadványa 7. számú mellékletében csatolta a Bayer a termékekkel kapcsolatos megfelelőségi területen megszületett, egységes, frissített szabályzatát, amely 2014. október 1-jétől van hatályban.
- H. A Bayer előadta továbbá, hogy szeretné kiemelni, hogy 2017-2018-ban az üzletágvezetők már globálisan kaptak illetve kapnak a megfelelőségre vonatkozó legfrissebb tanulságokat bemutató anyagokat, amelyek több csatornán mozognak (üzletágak kollégái / ügyvezetők / compliance munkatársak). Erre csatolt a beadványa 8. számú mellékletében egy print screen példát.

Záró észrevételek

223. A Bayer azon érdemi előadást ismertette, miszerint észrevételezi, ezen nyilatkozatában értelemszerűen nem kívánta megismételni a korábban írásban kifejtetteket, melyeket fenntart. Továbbá a Bayer tisztelettel kérte a GVH-t, hogy a jelen beadványában előadottakat méltányosan mérlegelve, az Fttv. 4. § rendelkezése által védeni hivatott fogyasztó értelmi képességét alapul véve állapítsa meg az egyes reklámüzenetek tartalmát és hozzon az Alaptörvénnyel összhangban álló döntést.
224. Az eljáró versenytanács **VJ/82-70/2016.** szám alatti végzésében felhívta továbbá az eljárás alá vontat, hogy küldje meg a GVH számára
- nyilatkozatát, hogy a VJ/82-63/2016. szám alatti előzetes álláspont 252-253. pontjai szerinti kommunikációs eszközök tekintetében elismeri-e a Gyftv. 17. §-a (1) bekezdésének a) pontja szerinti jogsértés tanúsítását, figyelemmel arra, hogy 2018. október 29-i, VJ/82-67/2016. szám alatti beadványa 2.2 pontjában tett nyilatkozata ezen eszközöket nem nevesítette sem egyenként, sem összefoglaló jelleggel;
 - nyilatkozatát, hogy a 2018. október 29-i, VJ/82-67/2016. szám alatti beadványa 2.4.1. pontja szerinti elismerést a 2.4. pont szerinti címhez képest fennálló eltérés ellenére fenntartja-e, mivel a 2.4 és a 2.4.1 pontok szövege alapján eltérő kommunikációs eszközök érintettek.
225. Az eljárás alá vont a fenti végzésre figyelemmel megküldött, 2018. november 29-én kelt, **VJ/82-71/2016.** szám alatti válaszbeadványában a következőket adta elő.

Nyilatkozatok és észrevételek az első kérdés kapcsán

226. Az első kérdésre a Bayer előadta, miszerint a Gyftv. 17. § (1) bekezdése a) pontja állítólagos megsértésére nem kíván beismerést tenni az akciós plakát, az ablak fólia, a betétlap, az aláírópad, a világító tábla, az épületháló vonatkozásában, mert közreadta az elvárt terméktájékoztatást ezeken a kommunikációs eszközökön és az részévé válhatott az Fttv. 4. § rendelkezése által védeni hivatott fogyasztó által észlelt üzenetnek, vagyis nem sértette meg ezen jogszabályi elvárást. Az eljárás alá vont indokaiként a következőket ismertette:
227. Az előzetes álláspont 252. és 253. pontjában a GVH a következőket rögzítette:
- „252. A termékkategória jelölése szempontjából releváns kommunikációs eszközök tekintetében pedig az alábbiak állapíthatók meg az eljáró versenytanács szerint: valamennyi eszközön, így a plakát (akciós), ablak fólia, betétlap, aláírópad, világító tábla, épületháló, banner is jogsértőnek minősül a gyógyszer termék-kategóriájára vonatkozó, azonban a fogyasztó által észlelt üzenet részévé nem váló, s ezért nem megfelelő tájékoztatás miatt.

253. A plakát (akciós), ablak fólia, betétlap, aláírópad, világító tábla esetében a fent az attrap kapcsán rögzítetteket tekinti az eljáró versenytanács irányadónak (a plakát mérete ismeretlen, de a kihelyezés jellege hasonló jellemzőkre utal, a többi eszköz mérete/jellege pedig nem tér el számottevően az attrapétól), az épületháló esetében pedig az óriásplakátnál leírtak veendőek figyelembe.”

228. Az eljárás alá vont észrevételezte, hogy a GVH a Ket. szerinti tényállás tisztázási kötelezettsége megsértésével állapított meg a Bayer terhére jogsértést az előzetes álláspont fenti pontjaiban: a GVH „az attrap kapcsán rögzítetteket” tekintette irányadónak, vagyis azon álláspontra helyezkedett, miszerint a termékkategóriára vonatkozó tájékoztatás nem vált a fogyasztói üzenet részévé (lásd előzetes álláspont 249. pontjában az attrap kapcsán kifejtettek), miközben „a plakát mérete ismeretlen” volt. Az eljárás alá vont álláspontja szerint feltétlenül szükséges annak tisztázása, hogy MEKKORA az adott kommunikációs eszköz, ahhoz, hogy jogszerűen megállapítható legyen, mi válik, vagy válhatott az azon közreadott tájékoztatásból a fogyasztó által észlelt üzenet részévé.
229. A plakát (akciós) mérete A4-es volt, és szerepelt rajta a termékkategória megjelölés, és a Bayer álláspontja ugyanaz, mint amit az attrap esetében is mondott, miszerint az akciós plakáton közreadott termékkategória tájékoztatást elolvashatta az olvasni tudó és akaró fogyasztó.
230. Az előzetes álláspont 253. pontjában azonban további megalapozatlan állítás is szerepel: „a többi eszköz mérete/jellege pedig nem tér el számottevően (!?) az attrapétól”. A Bayer a GVH figyelmébe ajánlja, hogy az attrap mérete 15x20 cm, illetőleg 30x35 cm volt, miközben az épületháló, ahogyan az elnevezése is sejteti, „épületnyi” nagyságú. A Bayer mostanra nem tud az épülethálók nagyságára vonatkozóan pontos adatokat prezentálni, de összesen 3 épületháló került a kampány idején kihelyezésre: a Széna téren, a Ferenc körúton és az Erzsébet körúton. Három, öt szint magas (!), illetőleg teljes épületfelület oldal-homlokzatát lefedő méretekről van szó. Tehát amíg az attrap egy kézbe vehető méretű eszköz, az épületháló aligha, vagyis nyilvánvalóan megalapozatlanul állítja a GVH az előzetes álláspontja 253. pontjában, hogy a többi eszköz mérete/jellege nem tér el számottevően az attrapétól, mert az épületháló mérete bizony számottevően eltért az attrapétól.
231. Az épületháló kapcsán tudomásul veszi a Bayer a GVH azon okfejtését, amit az óriásplakát vonatkozásában az előzetes álláspontban rögzített (miszerint az óriásplakát kapcsán úgy értékelte a GVH a közreadott termékkategória tájékoztatást, hogy az nem vált a fogyasztó által észlelt üzenet részévé, tekintettel a fogyasztó részére rendelkezésre álló, jellemzően rövid időre), de vitatja annak helytállóságát. Az épületháló ugyanis JÓVAL NAGYOBB méretű, mint az óriásplakát és ráadásul mindösszesen három budapesti helyszínen alkalmazott épülethálót a Bayer: ahogy fent említette, a Széna téren, a Ferenc körúton és az Erzsébet körúton. Vagyis az ezen kommunikációs eszközökön közreadott termékkategória tájékoztatás jól olvasható volt és a kommunikáció kiterjedtsége igen csekély (!) lehetett. A kihelyezett épülethálók egyedi megjelenései alapján – hiszen lényegesen szűkebb térben mozoghattak az épületháló szemrevételezésekor a fogyasztók, mint az óriásplakát esetében - úgy a Bayer úgy véli, hogy a fogyasztó minden nehézség nélkül elolvashatta a termékkategória tájékoztatásokat. Továbbá az életszerű helyzet, amelyben az a kis létszámú fogyasztó találkozhatott a kihelyezett 3 db épületháló valamelyikével, az vagy akkor történhetett, ha autóval araszolt a dugóban vagy a piros lámpáknál várakozott az említett helyszínek valamelyikén. Tehát amennyiben akart a fogyasztó, akkor akár olvasni is tudott. A gyalogos fogyasztót szintén senki sem akadályozta meg az olvasásban az épületháló előtti elhaladásakor. A Társaság álláspontja tehát, hogy az épületháló kapcsán nem sértette meg a Gyftv. 17. § (1) bekezdés a) pontja rendelkezését: a több emeletnyi nagyságú épülethálón közreadta ugyanis a kötelező termékkategória tájékoztatást és az a fogyasztó által észlelt üzenet részévé válhatott.
232. A Bayer észrevételezte továbbá, hogy nem csak az épületháló, de az ablakfólia és a világító tábla mérete is jóval meghaladta az attrap méretét – tehát ezen eszközök kapcsán is megalapozatlanul állapított meg jogsértést a GVH. Patikánként eltérő méretben, de minimum 110x44cm, maximum 240x50 cm nagyságban láthatták a fogyasztók az ablakfóliát, míg a világító tábla – szintén patikánként elérő méretben - minimum 76x26 cm, maximum 130x65 cm nagyságban került kihelyezésre. Számottevően nagyobb e két kommunikációs eszközök mérete (is), mint az attrapé. A

Bayer a patikai térben alkalmazott ablakfólia és világító tábla kapcsán is úgy véli, a közreadott termékkategória tájékoztatást az olvasni akaró átlagfogyasztó elolvashatta, így nem sérülhetett a Gyftv. 17. § (1) a) pontja.

233. Annak értékelésekor, hogy a közreadott (!) termékkategória tájékoztatás részévé válhatott-e a racionálisan eljáró, nem nemtörődő, hanem ügyeivel igenis törődő átlagfogyasztó által észlelt üzenetnek, vagy sem, nem róható a Bayer terhére, hogy a közreadott tájékoztatást el akarta-e olvasni a fogyasztó vagy sem. A fogyasztó által észlelt üzenet beazonosításakor, meghatározásakor a GVH saját elképzelése szerint modellezhet egy-egy átlagfogyasztót. Jogszerűen azonban csakis az Fttv. 4. § rendelkezése keretrendszerén belül értékelhetőek a fogyasztó üzleti döntései. Ez a keretrendszer pedig az adott helyzetben (!) általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel eljáró fogyasztót jelent jelen versenyfelügyeleti eljárásban is.
234. A Bayer előadta továbbá, hogy hangsúlyozni szeretné, hogy az épületháló kivételével a fent felsorolt kommunikációs eszközökkel egyazon patikai térben, egy időben találkozhatott a fogyasztó. A patikában a fogyasztótól jellemzően elvárható figyelmesség és gondosság álláspontunk szerint ott kezdődhetett, hogy ha és amennyiben érdekelte valamelyik Berocca termék a fogyasztót, akkor elolvashatta a közreadott termékkategória tájékoztatást is. Elolvashatta azt az igencsak nagynak mondható 240x50 cm nagyságú ablak fólián (de a 110x44 cm méret esetében is). Sőt. A világító táblán is - mely patikánként eltérően, minimum 65x26 cm méretben, maximum 130x65 cm méretben - került kihelyezésre, rajta a termékkategória tájékoztatással.
235. Az aláíráskor használt betétlap és aláírópad mérete nem mondható nagynak, de ezekkel is csakis a patikai térben találkozhatott a fogyasztó. Előző 12x20 cm méretben, utóbbi 20x14 cm méretben került kihelyezésre, de amikor a fogyasztó ezekkel találkozhatott, már láthatta és olvashatta - akár a 240x50 cm nagyságú ablak fólián, vagy a 130x65 cm méretben kihelyezett világító táblán is - a közreadott termékkategória tájékoztatást.
236. Fentiekre tekintettel a Bayer álláspontja, hogy az Fttv. 4. § rendelkezésének megfeleltethető értelmi képességű és ezen rendelkezés fémjelezte körültekintést és gondosságot tanúsító (!) fogyasztó számára az észlelt üzenet részévé válhatott az az információ, amely vitathatatlanul közreadásra került, nevezetesen, hogy a Berocca filmtabletta a vény nélkül kiadható gyógyszer kategóriába tartozó termék, (míg a pezsgőtabletta étrendkiegészítő) volt⁹⁵.

Nyilatkozat a második kérdés kapcsán

237. A Bayer a GVH fenti végzésében feltett második kérdésére válaszul rögzítette, hogy fenntartja a 2018. október 29-én kelt beadványa 2.4.1. pontjában tett nyilatkozatát (függetlenül attól, mit tartalmaz a 2.4. alcím): vagyis a Bayer – bízva abban, hogy a GVH alkalmazni fogja a Bírságközleményét és az előzetes álláspont 306. pontjában bemutatott táblázat szerint jár el- elismeri, hogy a Berocca pezsgőtabletta kapcsán megsértette az előzetes álláspont X.4.2.2. „Élelmiszerreklám” alcím alatt felsorolt pontokban hivatkozott uniós és hazai jogszabályokat, és az előzetes álláspont 267-289. pontjai szerinti jogi minősítést nem vitatja.

⁹⁵ Egy ilyen fogyasztót modellezve nem lehet vitatott, hogy a közreadásra került termékkategória tájékoztatások a fogyasztó által észlelt üzenet részévé válhattak. Ahogyan korábban a Bayer hivatkozta, az AESGP (Association Européenne des Spécialités Pharmaceutiques Grand Public) is úgy véli, miszerint ernyőmárkák alkalmazása nem eleve megtévesztő (!), és tud olvasni az átlagfogyasztó: „There is no evidence to suggest that umbrella branding per se misleads consumers.Evidence from readability tests demonstrates that consumers can read and comprehend these labelling instructions. (!) **Nem látunk érvet felhozhatónak arra, miért ne akarna olvasni a magyar átlagfogyasztó.** Ezen a ponton észrevételezte a Bayer, hogy jogszerűen a GVH sem modellezhet egy nemtörődő, olvasni nem akaró fogyasztót. Az Egyesület még egy további releváns megállapítást is tett: “Imposing additional requirements would simply constitute an unnecessary restriction by authorities to the European citizens’ right to practice responsible self-care.” Költői kérdésként adódik: Miért is lenne felróható az olvasni nem akarás a Bayer-nek? (Kiemelések az eljárás alá vonttól.)

Záró észrevételek

238. Záró gondolatként a Bayer jelezte, hogy a következőket szeretné megjegyezni. A Bayer tudomásul vette, hogy a kötelezettségvállalásra megtett indítványát a GVH egy év „hallgatás” után semmiképp sem kívánta elfogadni és a Tptv.-ben definiált ügyintézési határidőt sem tekinti magára nézve kötelezőnek. Azt is tudomásul vette, hogy mindezen körülmények mellett védekezni kénytelen olyan alaptalan feltételezések kapcsán, mint hogy az attrap méretéhez képest mennyivel számottevően nagyobb egy épületháló, vagy egy ablak fólia, és hogy az olvasni tudó és akaró fogyasztó által észlelt üzenet részévé válhatott- e vagy sem a – banner kivételével – valamennyi kommunikációs eszközön vitathatatlanul közreadott termék kategória tájékoztatás.
239. A Bayer számára evidencia, hogy a mai kor átlagfogyasztója számára köztudomású, hogy a multivitaminok (akár étrendkiegészítőnek, akár vény nélkül kiadható gyógyszernek minősülnek) nem hatnak azonnal és hosszabb távon szükséges/célszerű szedni őket. Evidencia az is, hogy a GVH eljárásaiban a szakmai következetesség és a diszkriminációmentes eljárás messzemenőkéig érvényesül, így valamennyi versenyfelügyeleti eljárásban az Fttv. 4. § rendelkezése által modellezett fogyasztóból indul ki annak megállapításakor, hogy hogyan/miként érthette a reklámüzenetet a fogyasztó. Függetlenül attól, melyik vállalkozás reklámüzenetét vizsgálja.
240. Tekintve, hogy a GVH – hivatalos tudomása ellenére - sem indított hivatalból eljárást egy versenytársunk azon étrendkiegészítőjének (multivitamin) reklámja miatt, amelyben egy közismert olimpikon szájából hallhattuk, hogy számára (!) fontos, hogy fizikailag és szellemileg is kiválóan (!) teljesítsen, szárazföldön és vízben egyaránt, a Bayer úgy véli, a GVH megítélése szerint sem fűződhet kétség ahhoz, hogy a multivitaminok kapcsán a mai kor átlagfogyasztója rendelkezik egyfajta közismertnek mondható alap-tudással, és emiatt a 21. század racionális és gondosan eljáró átlagfogyasztója sem Madaras Norbert hivatkozott állítása, sem a Berocca reklámok fiktív főhőse mondásaitól nem tévesztődhetett meg. Egyik reklámüzenetnek sem tulajdonít(ott) a fogyasztó sem azonnali hatást, sem az nem merülhetett fel a fogyasztóban, hogy másnapra már hatna a termék, vagy egy olimpikon kiváló teljesítményét valaha megközelítő teljesítményhez juttathatja az adott multivitamin.
241. Fenntartja a Bayer abbéli álláspontját, hogy sérülhetett az Alaptörvény 24. cikke első bekezdése rendelkezésében rögzített alap-joga, és mérlegelés tárgyává fogja tenni, hogy az Alkotmánybíróság 5/2017. (III. 10.) AB határozatának és a 3270/2018. (VII. 20.) AB végzés 31. pontjában foglaltaknak alkotmányossági teszteltetésére megindítsa a szükséges eljárást, tekintve, hogy a tisztánlátás e kérdéskörben nyilvánvalóan túlmutat jelen versenyfelügyeleti eljáráson.
242. A hivatkozott AB határozatra épülő, a Kúria Kfv.I.35.760/2016/6 számon hozott ítéletének figyelembe vételét kérjük továbbra is a GVH-tól. Az ítélet lényege, hogy a jogsértés megállapításán túl bírságot nem alkalmazhat a hatóság, amennyiben a rá irányadó ügyintézési határidő jelentős túllépésével az eljárás alá vont alkotmányos alapjoga sérelme következett be.
243. Tisztelettel kéri a Bayer továbbra is a GVH-t, hogy a beadványaiban előadottakat méltányosan mérlegelve, az Fttv. 4. § rendelkezése által védeni hivatott fogyasztót modellezve, a fentebb hivatkozott alapjogok maximális biztosítása mellett, azokkal is összhangban álló érdemi döntést meghozni szíveskedjen, azzal, hogy amennyiben bírságot szab ki, vegye figyelembe még azt a további szempontot is, miszerint az Európai Bizottság indikációja szerint versenyfelügyeleti eljárásokban általános bírságcsökkentő tényezőként kell, hogy figyelembe vételre kerüljön az eljárási határidő jelentős túllépése, mely szempontot több EU Bírósági döntés is alátámaszt.

XII. Jogi háttér

XII.1. A Gyftv. releváns rendelkezései

244. A Gyftv. 1. §-a szerint a törvény az emberi felhasználásra kerülő gyógyszerek és gyógyászati segédeszközök forgalmazásának, az azokkal kapcsolatos kereskedelmi gyakorlatnak, közfinanszírozásának, a gyógyszerek és gyógyászati segédeszközök finanszírozhatóságának elérését célzó intézkedések és a lakosság biztonságos gyógyszer- és gyógyászatisegédeszköz-ellátásának, valamint a gyógyszerek kiskereskedelmi forgalmazásának, a gyógyszerellátó tevékenység gyakorlásának alapvető szabályait határozza meg.
245. A Gyftv. 3. §-ának 1. pontja szerint a gyógyszer az emberi alkalmazásra kerülő gyógyszerekről és egyéb, a gyógyszerpiacot szabályozó törvények módosításáról szóló 2005. évi XCV. törvény (a továbbiakban: Gytv.) 1. §-ának 1. pontja szerinti anyag.
246. A Gyftv. 1. §-ának 1. pontja szerint a gyógyszer bármely anyag vagy azok keveréke, amelyet emberi betegségek megelőzésére vagy kezelésére alkalmazható termékként jelenítenek meg, vagy azok az anyagok vagy keverékei, amelyek farmakológiai, immunológiai vagy metabolikus hatások kiváltása révén az ember valamely élettani funkciójának helyreállítása, javítása vagy módosítása, illetve az orvosi diagnózis felállítása érdekében az emberi szervezetben vagy emberi szervezeten alkalmazhatók.
247. A Gyftv. 3. §-ának 10. pontja szerint kereskedelmi gyakorlat a gyógyszer, tápszer, illetve gyógyászati segédeszköz rendelésének, beszerzésének, értékesítésének vagy fogyasztásának előmozdítására irányuló bármely tájékoztatás, tevékenység, megjelenítési mód, marketing vagy egyéb kereskedelmi kommunikáció. A közforgalmú gyógyszertárak, az intézeti gyógyszertár közvetlen lakossági gyógyszerellátást végző egysége és a fiókgyógyszertárak, valamint gyógyászatisegédeszköz szakszolgálatok esetében nem minősül kereskedelmi gyakorlatnak a gyógyszerek, gyógyászati segédeszköz kiszolgáltatásakor, valamint a gyógyszerekkel kapcsolatos jogszabályban előírt tájékoztatás nyújtása során végzett egészségügyi szolgáltató tevékenység, továbbá a gyógyszerészi gondozás.
248. A Gyftv. 11/B. §-ának (1) bekezdése szerint a gyógyszerrel, gyógyászati segédeszközzel kapcsolatos kereskedelmi gyakorlat a gyógyszer, gyógyászati segédeszköz ésszerű felhasználását kell, hogy elősegítse azáltal, hogy tárgyilagosan mutatja be a gyógyszer, illetve a gyógyászati segédeszköz tulajdonságait. A (2) bekezdés kimondja, hogy a gyógyszerrel, gyógyászati segédeszközzel kapcsolatos kereskedelmi kommunikáció során közölt információnak összhangban kell állnia a gyógyszer forgalomba hozatali engedélyében jóváhagyott beteg tájékoztatóban és a gyógyszer alkalmazási előírásában, illetve a gyógyászati segédeszköz használati útmutatójában foglaltakkal.
249. A Gyftv. 17. §-a (1) bekezdésének a) pontja szerint az embergyógyászati célra szánt, gyógyszertárból vény nélkül is kiadható és társadalombiztosítási támogatásban nem részesülő gyógyszerek reklámozása megengedett, ha egyértelműen meghatározza, hogy a termék gyógyszer.
250. A Gyftv. 17. §-ának (1) bekezdés d) pontja szerint az embergyógyászati célra szánt, gyógyszertárból vény nélkül is kiadható és társadalombiztosítási támogatásban nem részesülő gyógyszerek, továbbá a támogatással nem rendelhető gyógyászati segédeszközök reklámozása megengedett, ha a reklám a gyógyszert az engedélyezett alkalmazási előírás, a gyógyászati segédeszközt a használati útmutató alapján mutatja be.
251. A Gyftv. 18. §-ának (1) bekezdése szerint a gyógyszerrel és gyógyászati segédeszközzel kapcsolatos kereskedelmi gyakorlat Gyftv.-ben, valamint a 77. § (2) bekezdés j) pontjába foglalt felhatalmazás alapján kiadott rendeletben (a 18-19. §-ok tekintetében a továbbiakban: rendelet) meghatározott szabályai megsértéséért - a (3) és a (4) bekezdésben meghatározott kivételekkel - az felel, aki a kereskedelmi gyakorlat tekintetében önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével

összefüggő célok érdekében jár el, és a kereskedelmi gyakorlattal érintett gyógyszer, illetve gyógyászati segédeszköz értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll.

252. A Gyftv. 18. § (2) bekezdése szerint az (1) bekezdésben meghatározott személy felel akkor is, ha a kereskedelmi gyakorlatot szerződés alapján más személy valósítja meg az (1) bekezdésben meghatározott személy érdekében vagy javára.
253. A Gyftv. 18/A. §-ának (1) bekezdése szerint a gyógyszerrel és gyógyászati segédeszközzel kapcsolatos, fogyasztókkal szembeni kereskedelmi gyakorlat e törvényben, illetve a rendeletben meghatározott szabályai megsértése esetén az eljárás lefolytatására - a (2) bekezdésben foglalt kivételekkel - a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló törvényben meghatározott hatóság jogosult. Az eljáró hatóság a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló törvényben meghatározott szabályok szerint jár el.

XII.2. A 1169/2011/EU rendelet és az Éltv. releváns rendelkezései

254. Az 1169/2011/EU rendelet 7. cikk (1) bekezdés b) pontja szerint az élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatás nem lehet megtévesztő, különösen az élelmiszer olyan hatással vagy tulajdonsággal való felruházása révén, amellyel az nem rendelkezik.
255. Az Éltv. 2015. május 4-ig hatályos 10. §-a (2) bekezdésének b) pontja szerint az élelmiszer-jelölés és az alkalmazott jelölési módszer, továbbá az élelmiszerek megjelenítése (formája vagy alakja, csomagolása, bemutatásának módja, kellékei) nem tévesztheti meg a végső fogyasztót azáltal, hogy az élelmiszernek olyan hatást vagy tulajdonságot tulajdonít, amelyekkel az valójában nem rendelkezik.
256. Az Éltv. 2015. május 4-ig hatályos 10. § (4) bekezdése alapján a (2) és (3) bekezdés rendelkezéseit megfelelően alkalmazni kell az élelmiszerekre vonatkozó reklámra is.
257. Az Éltv. 2015. május 5-től hatályos 10. § (5) bekezdése szerint a 1169/2011/EU rendelet 7. cikk (1), (3) és (4) bekezdése a fogyasztóvédelemről szóló törvény alkalmazásában fogyasztóvédelmi rendelkezésnek minősül.
258. A 1169/2011/EU rendelet 55. cikke szerint a rendelet rendelkezéseit 2014. december 13-ától kell - közvetlenül - alkalmazni.
259. A 1169/2011/EU rendelet 8. cikk (1) bekezdése szerint az élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásért felelős élelmiszer-vállalkozó az a vállalkozó, akinek neve vagy cégneve alatt az élelmiszert forgalomba hozzák.
260. A 2014. november 3. napjától 2014. december 12. napjáig tanúsított magatartás tekintetében alkalmazandó jogszabályok az alábbiak.
261. Az Éltv. 76/A. §-a szerint az Éltv. módosításáról szóló 2015. évi XLVI. törvény 15. § a) pontjának hatálybalépését megelőzően tanúsított, a 10. § (2)-(4) bekezdésében foglalt rendelkezésekbe ütköző magatartás esetén az eljárás lefolytatására az Fttv.-ben meghatározott hatóság jogosult az ott meghatározott szabályok szerint azzal, hogy a végső fogyasztó az Fttv. alkalmazásában fogyasztónak minősül akkor is, ha nem természetes személy.
262. A 2014. december 13. napjától tanúsított magatartás tekintetében alkalmazandó jogszabályok az alábbiak.
263. Az Éltv. 25. § (3) bekezdése szerint az 1169/2011/EU rendelet 7. cikk (1) bekezdésének a) és b) pontjában foglalt rendelkezések megsértése esetén az eljárás lefolytatására az Fttv.-ben meghatározott hatóság jogosult az ott meghatározott szabályok szerint azzal, hogy a végső fogyasztó az Fttv. alkalmazásában fogyasztónak minősül akkor is, ha nem természetes személy.

XII.3. Az Fttv. releváns rendelkezései

264. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése kimondja, hogy e törvény 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 (2) bekezdés szerint az Fttv. hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely Magyarország területén valósul meg, továbbá arra is, amely Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint.
265. Az Fttv. (4) bekezdésének c) pontja szerint külön törvény vagy az annak végrehajtására kiadott jogszabály a fogyasztók tájékoztatására vonatkozóan az e törvényben foglalt szabályokon túl részletesebb, illetve szigorúbb szabályokat írhat elő az áru egészségügyi vonatkozásaival vagy biztonságosságával összefüggő követelmények érvényesítése céljából.
266. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése szerint tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. Az (5) bekezdés szerint a fogyasztókkal szembeni kereskedelmi gyakorlatra vonatkozóan az 1. § (4) vagy (5) bekezdése szerint külön jogszabályban előírt, az e törvényben foglaltaknál szigorúbb követelményeket megsértő kereskedelmi gyakorlat tisztességtelen.
267. Az Fttv. 4. § (1) bekezdése szerint 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.
268. Az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének b) pontja 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 üzleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas:
- b) az áru lényeges jellemzői.
269. Az Fttv. 7. §-ának (1) bekezdése szerint megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely
- a) - figyelembe véve valamennyi tényt, továbbá a kommunikáció eszközének korlátait - az adott helyzetben a fogyasztó tájékozott üzleti döntéséhez szükséges és ezért jelentős információt elhallgat, elrejt, vagy azt homályos, érthetetlen, félreérthető vagy időszerűtlen módon bocsátja rendelkezésre, vagy nem nevezi meg az adott kereskedelmi gyakorlat kereskedelmi célját, amennyiben az a körülményekből nem derül ki, és
- b) ezáltal a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas (a továbbiakban: megtévesztő mulasztás).
270. Az Fttv. 10. § (3) bekezdése szerint a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a GVH jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.
271. Az Fttv. 9. § (1) bekezdése szerint a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll.
272. Az Fttv. 11. § (1) bekezdése szerint a 10. § alkalmazásában a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál - a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével - a következő szempontok irányadóak:

- a) az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközének jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára vagy a jogsértéssel érintett áru mennyiségére, vagy
- b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján.

273. Az Fttv. 11. § (2) bekezdése szerint a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha

- a) a kereskedelmi gyakorlat országos médiaszolgáltatást végző médiaszolgáltatón keresztül valósul meg,
- b) a kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű időszakos lap vagy legalább három megyében terjesztett napilap útján valósul meg,
- c) a fogyasztók közvetlen megkeresésének módszerével végzett kereskedelmi gyakorlat legalább három megye fogyasztói felé irányul, vagy
- d) az áru eladásának helyén alkalmazott eladásösztönző kereskedelmi gyakorlat legalább három megyében megszervezésre kerül.

274. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja szerint a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az e törvényben meghatározott eltérésekkel a GVH eljárása tekintetében a Tptv. rendelkezéseit kell alkalmazni.

XII.4. A Tptv. releváns rendelkezései

275. A Tptv. – jelen versenyfelügyeleti eljárás indulásakor hatályos – 44. §-ának (1) bekezdése értelmében a versenyfelügyeleti eljárásra – a Tptv. eltérő rendelkezése hiányában – a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) rendelkezéseit kell alkalmazni az ott meghatározott kivételekkel. A Ket. 13. §-a (2) bekezdésének e) pontja alapján a Ket. rendelkezéseit a versenyfelügyeleti eljárásban csak akkor kell alkalmazni, ha az ügyfajta vonatkozó törvény eltérő szabályokat nem állapít meg.

276. A Tptv. 75. § (1) bekezdése kimondja, hogy ha a hivatalból indult versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált magatartás tekintetében az ügyfél kötelezettséget vállal arra, hogy magatartását meghatározott módon összhangba hozza az alkalmazandó jogszabályi rendelkezésekkel, és a közérdek hatékony védelme ilyen módon is biztosítható, az eljáró versenytanács határozatában kötelezővé teheti a vállalat teljesítését anélkül, hogy a határozatban a jogsértés megvalósulását vagy annak hiányát megállapítaná. Ha az ügyfél a vizsgált magatartással időközben felhagyott, a magatartás ismételt tanúsításának elkerülését biztosító átlátható és ellenőrizhető magatartási szabályok betartására vállalkozó kötelezettség.

277. A Tptv. 76. §-a (1) bekezdése alapján az eljáró versenytanács

- e) megállapíthatja a jogsértés tényét,
- j) megállapíthatja, hogy a magatartás nem jogsértő,
- k) bírságot szabhat ki.

278. A Tptv. 78. § (1) bekezdés a) pontja szerint az eljáró versenytanács bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tptv. vagy Fttv. rendelkezéseit megsérti. Az (1b) bekezdés szerint a bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve azon - a határozatban azonosított - vállalkozáscsoport a határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja. A vállalkozások társulásával szemben kiszabott bírság összege legfeljebb a tagvállalkozások előző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet. A (2) bekezdés szerint a bírság legmagasabb összegének meghatározásakor a nettó árbevételt a határozat meghozatalát megelőző üzleti évre vonatkozó éves beszámoló vagy egyszerűsített éves beszámoló alapján kell meghatározni. Ha a vállalkozás működési ideje az adott évben egy évnél rövidebb, az adatokat éves szintre kell vetíteni. Ha a határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételéről nem áll rendelkezésre hiteles adat, az utolsó hitelesen lezárt üzleti év nettó árbevétele az irányadó.

279. A Tptv. 78. §-ának (3) bekezdése szerint a bírság összegét az eset összes körülményeire - így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a jogsértő magatartás ismételt tanúsítására, gyakoriságára - tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a végső üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.
280. A Tptv. 46. §-a alapján a GVH illetékessége az ország egész területére kiterjed.

XII.5. A Ket. releváns rendelkezései

281. A Ket. 13. § (2) bekezdés e) pontja alapján a Ket. rendelkezéseit a versenyfelügyeleti eljárásban csak akkor kell alkalmazni, ha a Tptv. vagy az Fttv. eltérő szabályokat nem állapít meg.
282. A Ket. 50. §-ának (1) bekezdése értelmében a hatóság köteles a döntéshozatalhoz szükséges tényállást tisztázni, s ha ehhez nem elegendők a rendelkezésre álló adatok, hivatalból vagy kérelemre bizonyítási eljárást folytat le. A Ket. 50. §-ának (6) bekezdése szerint a hatóság a bizonyítékokat egyenként és összességükben értékeli, és az ezen alapuló meggyőződése szerint állapítja meg a tényállást. A bizonyítékok értékelésének főbb szabályai a következők a Ket. 50. §-a alapján: a hatóság szabadon választja meg az alkalmazandó bizonyítási eszközt [50. § (5) bekezdés], a hatóság által hivatalosan ismert és a köztudomású tényeket nem kell bizonyítani [50. § (3) bekezdés], a hatóság olyan bizonyítékokat használ fel, amelyek alkalmasak a tényállás tisztázásának megkönnyítésére [50. § (4) bekezdés], bizonyíték különösen például az ügyfél nyilatkozata, az irat, a tanúvallomás [50. § (4) bekezdés]. A Ket. 2. §-ának (3) bekezdése szerint a közigazgatási hatóság az eljárás során az érintett ügyre vonatkozó tényeket veszi figyelembe, minden bizonyítékot súlyának megfelelően értékeli, döntését valósághű tényállásra alapozza.

XII.6. Az Alaptörvény releváns rendelkezései

283. Az Alaptörvény XXIV. cikke (1) bekezdése szerint mindenkinek joga van ahhoz, hogy ügyeit a hatóságok részrehajlás nélkül, tisztességes módon és ésszerű határidőn belül intézzék. A hatóságok törvényben meghatározottak szerint kötelesek döntéseiket indokolni.

XIII.

Jogi értékelés

284. Az eljáró versenytanács a rendelkezésre álló bizonyítékokat a Ket. 50. §-ának (6) bekezdése alapján egyenként és összességükben értékelte, mely értékelés során az alábbi körülményekre volt figyelemmel.

XIII.1. Hatály, hatáskör, illetékesség

285. A fentebb ismertetett kommunikáció vizsgálatára az alábbiak szerinti, „kereskedelmi prezentáció” megjelölésű tájékoztató anyag kivételével az Fttv. rendelkezései alkalmazandók tekintettel arra, hogy az eljárás alá vont által alkalmazott tájékoztatások kereskedelmi gyakorlatnak minősülnek, melyek Az Fttv. 2. § a) pontja szerinti természetes személy fogyasztóknak szólnak.
286. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat azokat a végfelhasználókat célozta, akik fokozott szellemi, illetve fizikai igénybevételük miatt kiugró teljesítménynövelést biztosító készítményt keresnek. Ezzel összhangban álló megállapításokat tartalmaz a pezsgőtabletta kapcsán „Meeting, határidő, edzés, társas élet, rohanás...” címmel közzétett PR cikk, amely a Berocca-t a felfokozott életvitel (tennivalóktól sűrű hétköznapiak, nagy horderejű megmérettetés stb.) esetére ajánlja. Az érintett fogyasztók nem rendelkeznek arra vonatkozó szakmai ismerettel, hogy a hagyományos, illetve a teljesítményre ható multivitaminok pontosan miben különböznek, s milyen jellemzőkkel bírnak. Tekintettel arra, hogy a fokozott szellemi, illetve fizikai igénybevétel bárkit érinthet, az Fttv. szerinti kereskedelmi gyakorlatok esetében az Fttv. 4. § (2) bekezdése szerinti speciális fogyasztói kör a jelen

eljárásban nem azonosítható. Erre tekintettel az értékelést az Fttv. 4. § (1) bekezdése szerint átlagfogyasztókra figyelemmel végzi el az eljáró versenytanács.

287. Továbbá az érintett tájékoztatások az Fttv. 2. § d) pontja szerinti kereskedelmi gyakorlatként, illetve reklámként, a 2. § e) pontja szerinti kereskedelmi kommunikációként minősülnek a termék eladását népszerűsítő jellegükre, a vállalkozás által előállított, forgalmazott termék jellemzőiről tájékoztatást nyújtó tartalmukra figyelemmel. Előbbiekre figyelemmel ezen érintett tájékoztatások a Gyftv. 3. § (11) bekezdés szerinti reklám fogalomnak is megfelelnek.
288. A GVH hatáskörét a versenyfelügyeleti eljárásra
- az Fttv. rendelkezéseinek megsértése miatt történő eljárás tekintetében az Fttv. 10. § (3) bekezdése,
 - az Éltv. 10. § (2) bekezdés b) pontjában foglalt rendelkezés megsértése miatt történő eljárás tekintetében az Éltv. 76/A. §-a,
 - az 1169/2011/EU rendelet 7. cikk (1) bekezdésében foglalt rendelkezések megsértése miatt történő eljárás tekintetében az Éltv. 25. § (3) bekezdése,
 - a Gyftv. rendelkezéseinek megsértése tekintetében a Gyftv. 18/A. § (1) bekezdése
- állapítja meg.
289. A jelen ügyben a gazdasági verseny érdemi érintettsége fennáll, tekintettel arra, hogy a kereskedelmi gyakorlatok mindegyik esetben megvalósultak országos műsorszolgáltatást végző műsorszolgáltatón keresztül és/vagy országos terjesztésű időszakos lap révén, mindamellett, hogy az egyéb kommunikációs eszközök szintén összességében kiterjedten jelentek meg. Így az Fttv. 11. § (2) bekezdés a) és b) pontjára, valamint az Fttv. 11. § (1) bekezdés a) pontjára is figyelemmel is megállapítható a gazdasági verseny érdemi érintettsége.
290. A Bayer a vizsgálati jelentésre tett észrevételeiben a GVH hatáskörével összefüggésben hivatkozott egyrészt arra, hogy az Fttv. hatálya alá nem tartozó magatartás, másrészt hogy a verseny érdemi érintettsége hiányában nem jogosult a GVH egyes kommunikációs eszközei vizsgálatára.
291. Így a Bayer előadta, hogy 2015 januárja előtt jórészt csak egészségügyi szakemberek és patikák felé irányuló kommunikációt folytatott, azonban a patikalátogatók prezentációi vizsgálatára a GVH-nak az Fttv. tárgyi hatályának hiánya miatt nincs hatásköre. Az eljáró versenytanács ennek kapcsán utal arra, hogy egy „kereskedelmi prezentáció” megjelölésű anyag ismert előtte, mely a korábban ismertetetteken belül az „Élelmiszerre és gyógyszerre egyaránt vonatkozó kereskedelmi kommunikációk” körébe, ezen belül a hatodik állítás-típushoz tartozik, és 2015. január-februárjától alkalmazott. Erre tekintettel az eljáró versenytanács álláspontja szerint a 2015 januárja előtti időszak alatt tanúsított magatartás értékelésére ezen tájékoztatás minősítése nincs kihatással. Mindazonáltal az eljáró versenytanács szerint - az alkalmazás időpontjától függetlenül – megállapítható, hogy a „kereskedelmi prezentáció” ismertetése nem fogyasztók irányába valósult meg és a jellegére figyelemmel a benne szereplő információk nem kerülhettek sem közvetlenül, sem egyéb anyagok/információk figyelembe vétele nélkül továbbításra a fogyasztók felé. Erre tekintettel az eljáró versenytanács a „kereskedelmi prezentáció” révén megvalósuló magatartást nem értékeli sem az Fttv. alapján, és – ezzel összhangban – az Éltv. vagy a Gyftv. jelen ügyben releváns rendelkezései alapján sem.
292. A „kereskedelmi prezentáció”-n kívül az eljáró versenytanács megállapítása szerint a Bayer adatszolgáltatása alapján 2015. január előtt csupán két további kommunikációs eszközt alkalmazott, amelyek a „displayre kommunikációs elem (korona)”, és a „polctálca”. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint mindkét eszköz a patikák belső terében (a patikai szekrényeken, polcokon), a fogyasztók által látogatott patikai eladó térben került elhelyezésre, alapvető funkciójuknak megfelelően, és erre tekintettel nem tekinthetők a 2015 januárja előtt, egészségügyi szakemberek és

patikák felé irányuló kommunikáció részének. Erre tekintettel ezen kommunikációs eszközök tartalma vizsgálható az Fttv. 1. § (2) bekezdése szerint az Fttv. hatálya alá tartozó, fogyasztókat érintő kereskedelmi gyakorlat vizsgálata keretében.

293. A Bayer a verseny érdemi érintettsége hiányára hivatkozott, amikor a fenti két kommunikációs eszközre, illetve a „dummy dobozok”-ra, mint ún. POS (Point of Sale, vásárláshelyi), 2014. november 3. napjától 2015 januárjáig megjelent anyagok kapcsán a kereskedelmi gyakorlat csekély kiterjedtségére utalt. A „dummy doboz” esetében az eljáró versenytanács fel kívánja hívni a figyelmet arra, hogy a dobozon nem található az eljárás tárgyává tett reklámállítást, így az nem képezi a vizsgálat tárgyát, összhangban a vizsgálati jelentésben foglaltakkal is.⁹⁶ A másik két eszköz esetében pedig az eljáró versenytanács álláspontja szerint lényeges, hogy ezen eszközök azon kampány részei, amelynek briefjét a Bayer 2014 szeptemberében⁹⁷ elkészítette, és amelynek keretében 2014 novemberétől folyamatosan alkalmazott különböző kommunikációs eszközöket.
294. Figyelemmel arra, hogy ezen kommunikációs eszközök
- megjelenése közvetlenül kapcsolódott a további, jelen eljárás keretében vizsgált országosan közzétett kommunikációs eszközökhöz, illetve
 - ugyanazon kereskedelmi gyakorlat megvalósítása merült fel esetükben, mint ezen nagyobb kiterjedtséggel alkalmazott kommunikációs eszközöknél,
- így az eljáró versenytanács az észrevételekben említett kommunikációs eszközök vizsgálatát nem tartja elkülöníthetőnek, és a GVH az Fttv. 10. § (3) bekezdése szerinti hatáskörét ezek tekintetében is megállapíthatónak látja.
295. A Bayer a verseny érdemi érintettsége, és így a GVH hatásköre hiányára utalt a 2016 áprilisát követően tett kommunikáció kapcsán, arra hivatkozással, hogy ebben az időszakban csak egyetlen reklámeszközön kommunikált fogyasztók irányába, a honlapján. Az eljáró versenytanács ennek tekintetében is utal arra, hogy álláspontja szerint ezen kommunikációs eszköz is a kereskedelmi kampány része, amelynek keretében 2014 novemberétől folyamatosan jelentek meg a kereskedelmi kommunikációk, köztük a honlapi tájékoztatás (arra, hogy a honlapi megjelenés a kampány részeként jelent meg, utal az is, hogy megjelenése időpontja 2016 áprilisa előtti), és ugyanazon kereskedelmi gyakorlat megvalósítása merült fel esetükben, mint ezen vizsgált, nagyobb kiterjedtséggel alkalmazott kommunikációs eszközöknél. Előbbiekre figyelemmel az eljáró versenytanács a 2016 áprilisától 2016 augusztusáig megjelent honlapi tájékoztatás vizsgálatát sem tartja elkülöníthetőnek, és így a GVH-nak az Fttv. 10. § (3) bekezdése szerinti hatáskörét ennek esetében szintén megállapíthatónak látja.
296. A Bayer az épületháló igen csekély kiterjedtségű megjelenésére utalása tekintetében is utal a fenti, 298. pontban foglaltakra, amelyekre figyelemmel az épülethálók tekintetében is megállapíthatónak látja a GVH-nak az Fttv. 10. § (3) bekezdése szerinti hatáskörét.
297. A jogsértés időtartama kapcsán hivatkozott arra a Bayer, hogy nem tartozhat a jogsértés időtartamába (a GVH hatáskörének hiánya miatt) a 2014. november 3. napjától 2015 januárjáig tartó időszak. Ezzel összefüggésben az eljáró versenytanács utal arra, hogy a jogsértéssel érintett időtartamot a fentiekben rögzítettekkel összhangban tervezi megállapítani.
298. A fentiek alapján az eljáró versenytanács álláspontja szerint a IV. pont szerinti kommunikációs eszközök vizsgálatára a „kereskedelmi prezentáció” kivételével – figyelemmel az Fttv. 11. §-a (1) bekezdésének a) pontjára és az Fttv. 11. §-a (2) bekezdésének a) és b) pontjaira – a GVH hatáskörrel rendelkezik.
299. Az Éltv.-nek a 76/A. §-a és a 25. § (3) bekezdése, valamint a Gyftv. 18/A. §-a (1) bekezdése alapján is az eljárásra az Fttv.-ben meghatározott hatóság jogosult. Az Fttv. 10. §-a (3) bekezdése szerint a

⁹⁶ VJ/82-53/2016. 5. számú. melléklet 106. oldal.

⁹⁷ VJ/82-6/2016., VJ/82-7/2016.

GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.

300. A GVH illetékességét a Tpv. 46. §-a állapítja meg.

XIII.2. A vizsgált magatartás

301. A jelen versenyfelügyeleti eljárásnak a tárgya az eljárás alá vontnak egy olyan termékcsalád (ernyőmárka) népszerűsítésével kapcsolatos kereskedelmi gyakorlata, amelyben étrend-kiegészítő és gyógyszer is található. A vizsgálat tehát arra irányult, hogy az eljárás alá vont az egyes eszközökön az ott megjelenő termékeket a termékkategóriának megfelelően reklámozta-e: azaz feltüntette-e az ágazati előírásoknak megfelelő termékkategória megjelölést és az egyes termékekre alkalmazott, hatásra vonatkozó állítások megfelelnek-e a vonatkozó ágazati szabályoknak. Ennek figyelembe vételével hozta meg döntését az eljáró versenytanács az Fttv., illetve a vonatkozó ágazati szabályok megtartásáról.

XIII.3. Felelősség a vizsgált magatartásért

302. A jelen eljárásban vizsgált magatartásokért való felelősség alapját az Fttv. 7. § (1) bekezdés szerinti, az Éltv. 10. § (2) bekezdés b) pontja, illetve a Gyftv. 17. § (1) bekezdés a) és d) pontja szerinti magatartások értékelése esetében is – figyelemmel az Fttv. 9. § (1) bekezdésében, az Éltv. 25. § (3) bekezdésében, illetve 76/A. §-ában, valamint a Gyftv. 18. §-ának (1), (2) bekezdésében és 18/A. §-ának (1) bekezdésében foglaltakra⁹⁸ - az ún. „érdek-elv” képezi, melynek értelmében elsődlegesen azon vállalkozások felelőssége állapítható meg a közzétett tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tekintetében, amelynek az értékesítés, eladásöszöntözés közvetlenül érdekében áll.
303. Figyelembe véve azt a tényt, hogy az eljárás alá vontnak a versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált termékek értékesítéséből bevétele keletkezett, egyértelműen rögzíthető, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlattal érintett áruk értékesítése, eladásának ösztönzése az eljárás alá vont vállalkozásnak közvetlenül érdekében állt, ezért az eljárás alá vont a vizsgált, fenti rendelkezések szerinti magatartásokért felelősséggel tartozik.
304. Az 1169/2011/EU rendelet 7. cikke (1) bekezdése b) pontjában foglaltak megtartásával kapcsolatos értékelés tekintetében figyelembe veendő a 1169/2011/EU rendelet 8. cikk (1) bekezdése, mely szerint az élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásért felelős élelmiszer-vállalkozó az a vállalkozó, akinek neve vagy cégneve alatt az élelmiszert forgalomba hozzák. Ugyanakkor a 1169/2011/EU rendelet 1. cikkének (3) bekezdése értelmében a rendelet valamennyi élelmiszer-vállalkozóra vonatkozik, függetlenül attól, hogy azok az élelmiszerlánc mely szakaszában működnek, amennyiben azok tevékenységei összefüggenek a fogyasztók élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásával. Ebből az következik, hogy az élelmiszerlánc bármely szintjén lévő élelmiszer-vállalkozónak fennáll a felelőssége azért, hogy az általa az élelmiszerekkel kapcsolatban közölt tájékoztatások pontosak és a jogszabályi előírásoknak megfelelőek legyenek. Jelen esetben megállapítható, hogy az érintett termékeket az eljárás alá vont neve alatt hozták forgalomba, mint az a vizsgált kereskedelmi kommunikációs eszközök alapján is megállapítható. Továbbá a Bayer tevékenysége a vizsgált kereskedelmi gyakorlatra figyelemmel egyértelműen összefügg a vizsgált élelmiszer termékkel kapcsolatos, fogyasztóknak szóló tájékoztatással, az annak a kialakításában, megszövegezésében, közzétételében áll. Előbbiekre tekintettel a Bayer felelőssége a vizsgált élelmiszer termékkel kapcsolatosan a 1169/2011/EU rendelet rendelkezéseire figyelemmel, illetve azok tekintetében is megállapítható.

⁹⁸ A Versenytanács VJ/69/2013. és VJ/10/2014. számú versenyfelügyeleti eljárásokban hozott határozataiban rögzítettekkel összhangban.

XIII.4. A vizsgált magatartás értékelése az ügyindító végzés szerinti jogszabályhelyekre figyelemmel

305. Az alábbiakban az eljáró versenytanács a jelen versenyfelügyeleti eljárás megindításáról rendelkező végzés szerinti jogszabályhelyekre figyelemmel, és a végzésben foglaltak szerinti bontásban, illetve sorrendben értékeli a vizsgált kereskedelmi gyakorlatokat, és az egyes kereskedelmi gyakorlatoknál az adott gyakorlat szempontjából releváns kommunikációs eszközök IV. pont szerinti bontás alapján releváns csoportjainak értékelésére tér ki.

XIII.4.1. Az érintett termékek termékkategóriájával kapcsolatos tájékoztatás (Gyftv. 17. § (1) bekezdés a) pontja, Fttv. 7. § (1) bekezdése szerinti magatartás)

306. A jelen ügyben érintett termékkategóriákra (gyógyszer, étrend-kiegészítő) vonatkozóan nyújtott nem megfelelő tájékoztatás azon kereskedelmi kommunikációkban jelent meg, amelyek mindkét érintett terméket népszerűsítették egyidejűleg. Ezen körbe a IV. pontban ismertetett kommunikációs eszközökön belül az „Élelmiszerre és gyógyszerre egyaránt vonatkozó”, illetve a „Termékkategória jelölése szempontjából releváns” cím alatt szereplő kommunikációs eszközök sorolhatóak. Az eljáró versenytanács utal arra, hogy ernyőmárka alkalmazása – összhangban az eljárás alá vont által előadottakkal – nem tilalmazott. Azonban az eljáró versenytanács szerint ezen esetekben kiemelten célszerű figyelemmel lenni arra, hogy az egyes kereskedelmi kommunikációk mely termékre, termékekre vonatkoznak, és a kommunikációkon belül a termékenkénti tájékoztatások miként jelennek meg, milyen tartalommal, annak érdekében, hogy valamennyi termék esetében a jogszabályi előírások szerinti, illetve a fogyasztók számára is megfelelő információt nyújtó tájékoztatás jelenhessen meg.
307. Az eljáró versenytanács a termékkategóriára vonatkozó tájékoztatás tekintetében valamennyi kommunikációs eszközre kiterjedően az Fttv. 7. § (1) bekezdése szerinti elhallgatás hiányának, ugyanakkor egyes kommunikációs eszközök tekintetében a Gyftv. 17. § (1) bekezdés a) pontjában foglaltak megsértésének megállapítását tervezi, az alábbiakban részletezettek szerint.
308. Az érintett on-line hirdetések a megjelenésükkor alkalmazott formában nem ismertek – azoknak csupán a tartalma áll rendelkezésre –, így az eljáró versenytanács ezen kereskedelmi kommunikációk esetében jogsértést egyik érintett jogszabályhely esetében sem lát megállapíthatónak, és részletes értékelésükre egyik vizsgált magatartás esetében sem tér ki a következőkben.
309. A fogyasztó a Berocca pezsgőtabletta kapcsán annak élelmiszer termékkategóriájára vonatkozó külön tájékoztatás észlelése hiányában sem hozott feltehetően eltérő ügyleti döntést a terméket népszerűsítő, IV. pont szerinti kommunikációk alapján, mint amilyet egyébként hozott volna, lévén a kereskedelmi kommunikáció fő üzenetének hatására feltehetően étrend-kiegészítőt szeretett volna vásárolni, és ténylegesen is azt vásárolt.
310. Ugyanakkor amennyiben az adott reklám Berocca Performance gyógyszert, vagy azt is népszerűsít, az eljárás alá vont az ágazati szabályokra figyelemmel köteles a termékkategóriára vonatkozó tájékoztatás nyújtására. Ennek kapcsán az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy értelemszerűen felmerül, hogy a fogyasztó külön tájékoztatás hiányában téves következtetésre juthat annak kapcsán, hogy milyen terméket vásárol, de az ágazati előírásokra figyelemmel ilyen jellegű részletesebb elemzés nem szükséges.
311. A gyógyszer termékkategóriájára vonatkozó tájékoztatás tekintetében kiemelendő tehát, hogy a Gyftv.-nek az Fttv.-nél szigorúbb szabályai alapján a gyógyszer kategóriába tartozás egyértelmű meghatározásának hiánya önmagában – a fogyasztói ügyleti döntés befolyásolására való alkalmasságra tekintet nélkül – megalapozza a jogsértést. Erre figyelemmel az eljáró versenytanács a mindkét terméket népszerűsítő kereskedelmi kommunikációkat a tekintetben értékeli, hogy esetükben a Berocca Performance termékkategóriájára (gyógyszer) vonatkozó tájékoztatás a fogyasztói üzenet részévé válhatott-e.

312. Az értékelés során az eljáró versenytanács figyelembe vette a Versenytanács kommunikációs eszközök sajátosságai kapcsán már kialakított gyakorlatát, így a következőket⁹⁹. „A kommunikációs eszközök között különbség mutatkozik abban, hogy azok csak néhány vagy részletesebb információk közlésére alkalmasak-e. Egyes eszközök kapcsán az eljáró versenytanács kiemeli, hogy (...)
- a televíziós reklámban az időkorlátok miatt kevés információ fér el. A televíziós reklám esetén a vetítés rövid időtartama, illetve a gyorsan pergő képek miatt a reklám üzenete nem azonosítható a reklám forgatókönyvében egymás után megfogalmazott állítások összességével, s külön kiemelendő, hogy a reklámban nem hangsúlyosan megjelenő, kis betűmérettel elhelyezett írásbeli információ ténylegesen nem nyújt tájékoztatást a fogyasztók számára,
 - a nyomtatott sajtóban, szórólapokon megjelenő kereskedelmi kommunikáció esetén a fogyasztónak lehetősége van arra, hogy azt alaposabban, hosszabb időt ráfordítva, akár többször visszatérve tanulmányozza azt,
 - a kültéri kommunikációs eszközök (óriásplakát, citylight, az üzletben elhelyezett, de a külső tér felé néző plakátok stb.) befogadására egy fogyasztónak korlátozott ideje, néhány másodperce van. Ebből következően ezen kommunikációs eszközök néhány motívummal dolgozhatnak, amennyiben hatásosak kívánnak maradni (fősor, kép és embléma), s jellemzően nem azonos súllyal, nem azonos mérvű kiemeléssel jelennek meg ugyanolyan fontos közlések (pl. a fősor és az annak helyes értelmezéséhez szükséges információk). A kereskedelmi kommunikáció főüzenetének tehát kiemelkedő szerepe van, s az apró betűs információk tájékoztatásban betöltött szerepe gyakorlatilag elhanyagolható,
 - a beltéri (pl. az üzlethelyiségen belül alkalmazott) kommunikációs eszközök esetén a fogyasztóknak lehetőségük lehet a kommunikációs eszköz alaposabb, nemcsak a fősorokra korlátozódó tanulmányozására, illetőleg a vállalkozás munkatársaitól, partnereitől stb. azonnal kiegészítő információkhoz juthatnak. (Vj/51/2014.)”
313. Továbbá¹⁰⁰ „(...) a landing page-nek kifejezetten informatívnak és nem reklámszerűnek kell lennie ahhoz, hogy valóban kiegészítőként szolgáljon és pótolja a fogyasztók számára a bannerben nem ismertetett, de hivatkozott információt. (Vj/67/2016.)”.
314. A **„Élelmiszerre és gyógyszerre egyaránt vonatkozó”** kommunikációs eszközök tekintetében a termékkategóriára vonatkozó tájékoztatás kapcsán az eljáró versenytanács megállapításai az alábbiak.
315. Az óriásplakát, az attrap, a „Lama” display, a televíziós reklám jogsértőnek minősül a gyógyszer termékkategóriájára vonatkozó, azonban a fogyasztó által észlelt üzenet részévé nem váló, s ezért nem megfelelő tájékoztatás miatt.
316. A többi kommunikációs eszköz a gyógyszer termékkategóriájára vonatkozó tájékoztatás tekintetében nem valósít meg jogsértést.
317. A jelen ügyben vizsgált óriásplakát esetében az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy azon egyrészt viszonylag nagy méretben látható mindkét termék doboza, azaz a fogyasztó tudhat róla, hogy nemcsak a Berocca pezsgőtablettára vonatkozik a reklám, de a másik termék gyógyszer jellegére vonatkozó tájékoztatás a viszonylag kis méretére, illetve a fogyasztók számára ezen eszköz megtekintésére jellemzően rendelkezésre álló viszonylag rövid időre tekintettel nem válik a fogyasztói üzenet részévé. A reklám emellett csak a Berocca megjelölést említi, azaz a fogyasztó figyelmét a Berocca Performance név említése se hívja fel a különbségre, bár a Gyftv. szerinti követelménynek való megfelelést önmagában ez sem biztosítaná.

⁹⁹ A GVH Versenytanácsának az Fttv-vel, Grt-vel és a Tpv. III. fejezetével, a Gyftv.-vel és az Éltv-vel kapcsolatos elvi jelentőségű döntései (2017), I.7.19. pont (http://www.gvh.hu/data/cms1038267/VT_elvi_allasfoglalasok_fttv_2018_03_22.pdf).

¹⁰⁰ A GVH Versenytanácsának az Fttv-vel, Grt-vel és a Tpv. III. fejezetével, a Gyftv.-vel és az Éltv-vel kapcsolatos elvi jelentőségű döntései (2017), I.7.20. pont (http://www.gvh.hu/data/cms1038267/VT_elvi_allasfoglalasok_fttv_2018_03_22.pdf).

318. Az attrap esetében, amelyet a patikai térben helyeznek ki, annak méretére is figyelemmel (15x20 és 30x35 cm) a fogyasztó a kiemelt részeket áttekintheti például várakozás közben, de a jóval kisebb szöveggel, az attrap bal alsó részén olvasható, termékkategóriára vonatkozó tájékoztatás, amelyről a – szintén kötelező, de jóval nagyobb méretű – kockázatokról, mellékhatásokról való tájékozódás szükségességére utaló tájékoztatás is elviszi a figyelmet, az eljáró versenytanács szerint már nem válik a fogyasztói üzenet részévé. A „Lama” display bár nagyobb méretű (37x37x135 cm), de nem oly mértékben, hogy ez a fenti körülményeken módosítana.
319. Az eljáró versenytanács fenti álláspontját az eljárás alá vontnak az attrap, illetve a „Lama” display tekintetében az előzetes álláspont kibocsátását követően tett észrevételei áttekintését követően is fenntartja, figyelemmel a következőkre.
320. Az attrap esetében, amennyiben patikában kihelyezett reklámeszköz érintett, mint arra az eljárás alá vont leírása utal, az eljáró versenytanács szerint kevésbé életszerű, hogy széles körben a fogyasztók azt sorban állás, várakozás közben leemelik a pultról, polcról, stb. és megpróbálják elolvasni a betűmérete miatt az adott eszközön megjelenő tájékoztatások mellett az észlelhető üzenet közé nem tartozó figyelmeztetést, és ezen esetben az például, ami egy szórólap esetében felmerül, hogy haza viheti és otthonában nyugodtan átolvashatja, szintén nem releváns. Az egyéb, a termékkategóriára vonatkozó tájékoztatásoknál nagyobb méretű tájékoztatásoknak a jelentősége – konkrét tartalmuktól függetlenül – jelen esetben annyi, hogy további, befogadandó információt képeznek, és minél több ilyen jellegű, nagyobb méretű információ szerepel az adott tájékoztatási eszközön, annál kevésbé valószínű, hogy a kevésbé feltűnő információk, azok üzenete a fogyasztóhoz eljut. A patikákban tartózkodó fogyasztók esetében felmerülhet, hogy a helyszínen további, szóbeli, akár írásbeli információkhoz juthat, ugyanakkor az ágazati előírás szerinti, az adott eszközön történő tájékoztatás szükségességét előíró ágazati szabályozás megtartása alól ez nem mentesíti a vállalkozásokat. Továbbá a kockázatokra és mellékhatásokra vonatkozó, nagyobb méretű tájékoztatás pedig a televíziós reklámoknál alább leírtakra figyelemmel nem orvosolja a termékkategóriával kapcsolatos tájékoztatás hiányát, és ezen megállapítást valamennyi eszköz esetében irányadónak tartja az eljáró versenytanács.
321. A „Lama” display esetében az eljárás alá vont előadása szerint a 135 cm-es méret elég nagy, az eljáró versenytanács szerint felmerül, hogy maga a display nagyobb méretű az attrapnál, de az eszközön megjelenő szöveg viszonylag kis méretű, és figyelemmel a további, nagyobb méretű szövegrészekre, valamint a megtekintés körülményeire (patikában, sorban állás közben tekintik meg a fogyasztók) a fogyasztókhoz a „Lama” display esetében sem jut el a termékkategóriával kapcsolatos üzenet.
322. Az eljárás alá vont által csatolt AESPG „Position statement” kapcsán az eljáró versenytanács egyrészt utal arra, hogy az eljáró versenytanács osztja, hogy az ernyőmárka alkalmazása „per se” nem megtévesztő, mint arra fent is utalt. Az AESPG által hivatkozott fogyasztói olvasási teszteknek az anyagai, arra vonatkozó információk nem érhetőek el. Így nem ismert, hogy pontosan mely tájékoztatások esetében, és milyen módszertan alkalmazásával jutott a hivatkozott következtetésre az AESPG, így azon általános következtetést, hogy a fogyasztók a tájékoztatásokat el tudják olvasni, az eljáró versenytanács szerint a konkrét, és eltérő jellegű kommunikációs eszközök értékelésekor nem vehető figyelembe.
323. A televíziós reklám esetében a Berocca Performance külön jelenik meg, és bár elhangzik, hogy „A Berocca Performance elérhető filmtabletta formátumban. A kockázatokról és a mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét!”, de a Gyftv. által megkívánt, termékkategóriára történő utalás csak apró betűvel, a fogyasztó számára nem észlelhetően jelenik meg. A fogyasztótól azonban nem elvárható és ésszerű magatartás az, hogy a reklámokat tartalmi elemzés alá vesse, és ennek eredményeként következtessen arra, hogy a reklámban gyógyszer kategóriába tartozó termék is szerepel, bár a gyógyszer termékkategóriája egyértelmű feltüntetését megkövetelő Gyftv. előírásra figyelemmel ezen fogyasztói elemzés szükségessége eleve fel sem merülhet. Utóbbi körülményre az eljáró versenytanács fenntartja a televíziós reklám jogsértő jellegére vonatkozó álláspontját az eljárás alá vont azon előadása ellenére is, hogy a kockázatokkal,

mellékhatásokkal kapcsolatos fenti tájékoztatás a reklámban elhangzik, mivel ez nem jelenti azt, hogy a Bayer eleget tenne a Gyftv. által megkívánt, a termékkategóriára vonatkozó kógens megjelölési kötelezettségének.

324. Fentieken túlmenően a banner, illetve a „Berocca”, valamint „GYIK” honlapi aloldalak esetében a Berocca Performance gyógyszer termékkategóriájára vonatkozó tájékoztatás közvetlenül a banner-en és az aloldalon, jól olvashatóan szerepel. Továbbá a hirdetés esetében a tájékoztatás szintén megjelenik, és az a megjelenés helyére, jellegére is a fogyasztóhoz eljuthat a tartalma.
325. A **„Termékkategória jelölése szempontjából releváns”** kommunikációs eszközök tekintetében pedig az alábbiak állapíthatók meg az eljáró versenytanács szerint: valamennyi eszköz, így a plakát (akciós), ablak fólia, betétlap, aláírópad, világító tábla, épületháló, banner is jogsértőnek minősül a gyógyszer termékkategóriájára vonatkozó, azonban a fogyasztó által észlelt üzenet részévé nem váló, s ezért nem megfelelő tájékoztatás miatt.
326. A plakát (akciós), ablak fólia, betétlap, aláírópad, világító tábla esetében a fent az attrap kapcsán rögzítettek tekinteti az eljáró versenytanács irányadónak (a plakát mérete ismeretlen, de a kihelyezés jellege hasonló jellemzőkre utal, a többi eszköz mérete/jellege pedig nem tér el – az alábbiakban részletezettekre is figyelemmel – számottevően az attrapétól), az épületháló esetében pedig az óriásplakátnál leírtak veendőek figyelembe.
327. Az eljárás alá vontnak a fenti bekezdésekkel kapcsolatos észrevételeire tekintettel az eljáró versenytanács a következőket rögzíti.
328. A 328. pontban a „mérete/jellege pedig nem tér el számottevően az attrapétól” fordulat a plakát (akciós), ablak fólia, betétlap, aláírópad, világító tábla eszközökre vonatkozik, azaz az épülethálóra nem irányadó. A plakát mérete valóban ismeretlen volt az eljárás alá vont korábbi adatszolgáltatásai alapján még, mindazonáltal az eljáró versenytanács a megjelenés körülményeire (patikai belső tér) tekintettel a fenti körbe sorolhatóként értékelte. Az eljáró versenytanács ezt fenntartja a plakát konkrét méretének ismeretében is (az eljárás alá vont által ismertetett A4-es méret 210x297 mm), és amennyiben a plakát falon/bútoron rögzített, az eljárás alá vont által az attrap kapcsán hivatkozott kézbe vétel lehetősége sem merül fel.
329. Az épületháló esetében továbbra is az óriásplakát esetében figyelembe vett szempontokat tekinteti irányadónak az eljáró versenytanács, és az azok megtekintésénél jellemző körülmények figyelembe vételével az érintett helyszínekre figyelemmel sem látja megalapozottnak, hogy jellemzően dugóban araszolva vagy piros lámpánál találkozhatna a fogyasztó a tájékoztatással (ülhetett a viszonylag rövid idő alatt elhaladó villamoson, haladhatott a forgalommal), a nagyobb méret miatt be tudná fogadni a tájékoztatást (mivel korlátozott a viszonylag rövid időn belül befogadható/észlelhető információk köre), vagy hogy szűkebb tér állna a fogyasztó rendelkezésére mint egyéb, városon belül elhelyezett óriásplakátoknál (hasonló helyszíneken megjelennek óriásplakátok is és a továbbhaladás valamennyi esetben is jellemző).
330. Az ablakfólia (minimum 110x44 cm, maximum 240x50 cm) és a világító tábla (minimum 76x26 cm, maximum 130x65 cm) az eljárás alá vont által előadottakkal összhangban, meghaladják az attrap méretét (15x20 és 30x35 cm), de az eljáró versenytanács álláspontja szerint nem oly mértékben, mint például egy óriásplakát, és nem is olyan módon, hogy a megtekintés körülményeinek jellemzőit (patika/patikai tér, várakozás/sorban állás közbeni észlelés), és így az értékelés eredményét módosítaná. Az eljáró versenytanács rögzíti továbbá, hogy amennyiben a „Lama” display-hez (37x37x135 cm) viszonyítottan vesszük figyelembe az ablakfólia és a világítótábla méretét, az eltérés kisebb mértékű ugyan, de a tájékoztatás hiányos jellege továbbra is megállapítható marad.
331. A betétlap (12x20cm) és az aláírópad (20x14 cm) esetében pedig az eljáró versenytanács utal arra, hogy a kis méretükre, és arra figyelemmel, hogy – mint arra az eljárás alá vont utalt – aláíráskor használtak, és ezen helyzetben az eljáró versenytanács álláspontja szerint kevésbé életszerű, hogy a

fogyasztók aláírás közben még elolvassák az aláírandó irat alatti/melletti, aláíráshoz nem releváns tájékoztatást.

332. Az eljáró versenytanács megjegyzi továbbá, hogy álláspontja szerint a fentiek az ésszerűen eljáró átlagfogyasztó esetében irányadóak, a fenti körülmények, jellemzők alapvetően nem azzal állnak összefüggésben, hogy a fogyasztó törődik-e az ügyeivel vagy sem. Mindazonáltal a fogyasztó számára az adott kommunikáció, tájékoztatás esetében jellemző körülményeknek a figyelembe vételével szükséges a tájékoztatást nyújtani.
333. A banner kapcsán pedig az eljáró versenytanács utal arra, hogy az érintett banner nem felelt meg annak a követelménynek, hogy a gyógyszerértékesítési vény nélkül kiadható gyógyszer reklámozása akkor jogszerű, ha egyértelműen meghatározza, hogy a termék gyógyszer. A banner esetében ugyanis az eljárás alá vont a gyógyszer termék kategóriájára vonatkozó tájékoztatást nem tartalmazott. Egyéb esetekben a Versenytanács figyelembe veszi a honlapi landing page-k tartalmát, azonban jelen esetben ez nem lehetséges, még ha a Bayer honlapi oldala – melyre a banner átvezetett – a tájékoztatás hiányosságainak orvoslására alkalmas információkat tartalmazott is. A Gyftv.-nek az Fttv.-nél szigorúbb szabályai alapján ugyanis a termék kategória feltüntetésének elmaradása önmagában – a fogyasztói ügyleti döntés befolyásolására való alkalmasságra tekintet nélkül – megalapozza a jogsértés tényét, a honlap tartalma a banner jogsértő jellegét ezen esetben nem szünteti meg.

XIII.4.2. Az érintett termékek ajánlása a szellemi teljesítmény és a fizikai állóképesség növelésére (emelésére)

XIII.4.2.1. Gyógyszerreklám (Gyftv. 17. § (1) bekezdés d) pontja szerinti magatartás)

334. Ezen tekintetben az eljáró versenytanács az alábbiakban azt értékeli, hogy a vizsgált kereskedelmi kommunikációkban a gyógyszer reklámja megfelelt-e az engedélyezett alkalmazási előírásban foglaltaknak, és így a Gyftv. 17. § (1) bekezdés d) pontja szerinti követelménynek.
335. Az Fttv. 3. § (5) bekezdésén alapuló felhatalmazás alapján a Gyftv. II. fejezete az Fttv.-nél szigorúbb követelményeket állapított meg arra vonatkozóan, hogy adott kereskedelmi magatartás tisztességtelennek nyilvánítandó-e vagy sem.
336. A vény nélkül kapható gyógyszerekkel kapcsolatos kereskedelmi gyakorlatnak a gyógyszer ésszerű felhasználását kell elősegítenie, azáltal, hogy tárgyilagosan mutatja be a gyógyszer tulajdonságait. Ez a követelmény attól függetlenül irányadó, hogy a reklám az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró, szakmai ismeretekkel nem rendelkező természetes személyeket céloz-e meg, illetve ér-e el, vagy a gyógyszer felírására vagy forgalmazására jogosult, megfelelő szakmai ismeretekkel rendelkező személyeket (orvosokat vagy gyógyszerészeket). A jogalkotó ezt a célt úgy kívánta biztosítani, hogy a gyógyszerrel közölt információk összhangban kell állnia a gyógyszer forgalomba hozatali engedélyében jóváhagyott beteg-tájékoztatóban és az alkalmazási előírásban foglaltakkal (Gyftv. 11/B. §). A vény nélkül kapható gyógyszerek esetében a reklámozás ugyan megengedett, de a szabályozott forgalomba hozatali rend révén a gyógyszert a reklámnak szigorúan csak a jogi keretek között, így többek között az engedélyezett alkalmazási előírás alapján szabad bemutatnia [Gyftv. 17. § (1) bekezdés d) pontja].
337. A GVH a következetes gyakorlatában (lásd például a VJ/56/2010., VJ/112/2010., VJ/61/2011., VJ/77/2012., VJ/46/2015., VJ/97/2015. számú ügyeket) többször rögzítette, hogy a jogi szabályozásból következően a gyógyszerértékesítési vény nélkül is kiadható gyógyszerre vonatkozó valamely reklámállítást GVH általi megítélése kapcsán elsődleges jelentőséggel nem az állítás valóságtartalma bír, hanem az, hogy az állítás révén a vállalkozás az engedélyezett alkalmazási előírás alapján mutatja-e be a készítményt. Ez arra is rámutat, hogy a szabályozásból fakadóan az állítás valóságnak való megfelelését az alkalmazási előírás kérdésében döntő szakhatóság már megvizsgálta, így a GVH-nak nem kell vizsgálnia, s nem is vizsgálhatja, hogy az alkalmazási előírásnak megfelelő állítás megfelel-e a valóságnak, de azt sem, hogy az alkalmazási előíráson

túlterjeszkedő állítás valós-e. Mindez kihatással van az állítások alátámasztására elfogadható bizonyítékok megítélésére is, mivel a vállalkozásnak elsődlegesen nem az állítás valóságnak való megfelelését kell igazolnia, hanem azt, hogy a reklám a készítményt az engedélyezett alkalmazási előírás alapján mutatja be. Ennek megfelelően az engedélyezett alkalmazási előíráson túlterjeszkedő állítás GVH előtti érdemi igazolására tett kísérlet irreleváns.

338. A Gyftv. – a 88. § (1) bekezdésének a) pontja értelmében – egyebek között az emberi felhasználásra szánt gyógyszerek közösségi kódexéről szóló 2001/83/EK irányelvnek való megfelelést szolgálja. Ezen irányelv 87. cikkének (2) bekezdése rögzíti, hogy a gyógyszer reklámozásának minden részlete meg kell, hogy feleljen az alkalmazási előírásban megadott adatoknak.
339. Amint azt az Európai Bíróság aláhúzza a C-249/09. számú Novo Nordisk ügyben 2011. május 5-én meghozott ítéletében, a 2001/83/EK irányelv 87. cikkének (2) bekezdése ugyanakkor nem írja elő azt, hogy a gyógyszerreklám valamennyi részletének azonosnak kell lennie a gyógyszer alkalmazási előírásában szereplő részletekkel. Az Európai Bíróság ítéletében kifejtette, hogy annak érdekében, hogy a 2001/83/EK irányelv (47) preambulum-bekezdésének megfelelően a reklám kiegészítse a gyógyszerek felírására és kiadására jogosult személyek rendelkezésére álló információkat, és figyelembe véve e személyek azon tudományos ismereteit, amelyekkel a nagyközönséggel szemben rendelkeznek, az ilyen személyeknek szánt gyógyszerreklám tartalmazhat az alkalmazási előírással összeegyeztethető olyan információkat, amelyek az említett irányelv 11. cikkének megfelelően megerősítik vagy pontosítják az említett előírásban szereplő adatokat, feltéve, hogy e kiegészítő információk megfelelnek az ezen irányelv 87. cikkének (3) bekezdésében és 92. cikkének (2) és (3) bekezdésében említett követelményeknek. Más szóval ezen információk
- egyrészt nem lehetnek félrevezetőek, és a gyógyszer ésszerű felhasználását kell elősegíteniük azáltal, hogy tárgyilagosan és túlzások nélkül mutatják be a gyógyszer tulajdonságait,
 - másrészt pontosnak, aktuálisak, ellenőrizhetőnek és megfelelően teljes körűnek kell lenniük ahhoz, hogy az ezek alapján tájékoztatott személy kialakíthassa véleményét a szóban forgó gyógyszer terápiás értékéről.
340. Összességében tehát megállapítható, hogy a gyógyszerértékből vény nélkül is kiadható gyógyszerek reklámozására vonatkozó előírások értelmében ezen gyógyszerek reklámozása megengedett, feltéve, hogy a reklám a gyógyszert az engedélyezett alkalmazási előírás alapján mutatja be. A jogszabályi rendelkezések értelmében
- a reklám nem tehet olyan állítást, amely ellentétben áll az alkalmazási előírással, s így a reklám nem állíthat, sugallhat olyan tulajdonságot, terápiás javaslatot, várható hatást, amely ellentétes az illetékes hatóság által jóváhagyott alkalmazási előírással, illetve annak tartalmát meghaladja,
 - a jogszabály ugyan nem követeli meg, hogy a reklám egyes részei minden esetben és szó szerint azonosak legyenek az alkalmazási előírás egyes részeivel, mindazonáltal
 - egyrészt a reklám egyes részeinek és összhatásának, üzenetének is minden esetben összhangban kell lenniük az alkalmazási előírás egyes részeivel
 - másrészt ezen, a reklámnak az alkalmazási előírással való, az azzal megcélzott, illetve elért személyek általi értelmezésében megmutatkozó összhangjának megléte kapcsán a reklámozónak az alábbiak szerint figyelemmel kell lennie arra, hogy az adott reklám mely személykört célozza meg, illetve éri el:
 - a gyógyszerek felírására és kiadására jogosult, kellő szakmai ismeretekkel rendelkező személyeket, vagy
 - nem az előző személyi körbe tartozók, s különösen az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személyeket. Ez utóbbi csoportot megcélzó, illetve elérő reklámok esetén a reklámozónak fokozott figyelmet kell

fordítania arra, hogy e személyek nem rendelkeznek kellő szakmai ismeretekkel, amely kihatással van a reklámok értelmezésére. A szakmai ismeretek hiányában ezen személyek nem tudják feloldani az alkalmazási előírás és az abban nem szereplő, a reklámban megjelenített állítások közötti eltérés által keletkező információs feszültséget.

341. A fogyasztóknak címzett üzenet vizsgálatokor pedig azok összhatásából, lehetséges, logikus és életszerű értelmezéséből szükséges kiindulni.¹⁰¹
342. Mindezekon túlmenően a Gyftv. 17. §-a (1) bekezdése d) pontja megsértésének megállapíthatósága attól független, hogy a kereskedelmi kommunikáció alkalmas-e a kereskedelmi kommunikáció címzettjei piaci magatartásának, döntéseinek a befolyásolására vagy sem, de az sem bír relevanciával, hogy az adott állítás megfelel-e a valóságnak vagy sem, mivel a gyógyszernek nem az alkalmazási előírás alapján, azzal összhangban lévő bemutatása az állítás valóságtartalmától függetlenül tilalmazott.¹⁰²
343. Fentiekre figyelemmel az eljáró versenytanács utal arra, hogy a Bayernek elsődlegesen nem az állítás valóságnak való megfelelését kell igazolnia, hanem azt, hogy a reklám a gyógyszerkészítményt az engedélyezett alkalmazási előírás alapján mutatja be. Ennek megfelelően az engedélyezett alkalmazási előíráson túlterjeszkedő, azzal össze nem egyeztethető állítás GVH előtti érdemi igazolására tett kísérlet irreleváns. Következésképpen a Berocca Performance gyógyszer hatásával kapcsolatos állítások alátámasztása céljából benyújtott kutatási anyagok a jelen eljárásban irrelevánsak, így azokat a következőkben az eljáró versenytanács nem veszi figyelembe.
344. A jelen versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált reklámok nem egészségügyi szakembereket, a gyógyszerek felírására és kiadására jogosult személyeket értek el, hanem szakmai ismeretekkel nem rendelkező fogyasztókat. Ez utóbbiak esetében tehát fokozott követelmény, hogy a reklám ne legyen félrevezető, s a gyógyszer ésszerű felhasználását segítse elő azáltal, hogy tárgyilagosan és túlzások nélkül mutatja be a gyógyszer tulajdonságait.
345. A vizsgált és jelen pont tekintetében releváns, gyógyszerre, illetve élelmiszerre és gyógyszerre egyaránt vonatkozó kereskedelmi kommunikációk tekintetében az eljáró versenytanács megállapításai az alábbiak.
346. A kizárólag **gyógyszerre** vonatkozó kereskedelmi kommunikáció, a rádióreklám „javítását” ígéri a szellemi teljesítménynek, az állóképességnek és a koncentrációnak, amely a „jelentős javítást” említő alkalmazási előírással összhangban lévőnek tekinthető az alkalmazott kifejezés tekintetében. A reklám nem említi azt, hogy 4 hetes alkalmazás szükséges ezen hatás eléréséhez, de nem is kelti gyors segítség látszatát – egyéb többi kommunikációs anyagok tartalmától eltérően -, így a fogyasztó számolhat azzal, hogy rendszeres, hosszabb időn át tartó szedése szükséges a terméknek, azaz az alkalmazási előírásban foglaltakkal ezen tekintetben is összhangban van a reklám. A teljesítménye értelemszerűen mindenkinek saját aktuális helyzetéhez képest változhat akár rövidebb, akár hosszabb idő alatt (úgy az olimpikonnak, mint az átlagembernek).

¹⁰¹ „A reklámozás jellegének megválasztásakor, valamint a népszerűsíteni kívánt termékre, szolgáltatásra vonatkozó információk közzétételkor meghatározó jelentőséggel bír a megjelenítés formája, a használt szlogen, a szövegbeli és képi tartalom, ezek elhelyezése, a használt betűnagyság és a tájékoztatás terjedelme. Ezen elemek alkalmazásakor - a reklámoknak - a Tptv. III. fejezete szerinti rendelkezéseknek meg kell felelniük, mivel a versenyhatóság - mint ahogy azt a perbeli esetben is tette - a megtévesztésre alkalmasság szempontjából a közzétett információ fogyasztókra gyakorolt összhatását vizsgálja” (Lásd a Fővárosi Ítéltábla Vj/68/2006. számú ügyben hozott 2.Kf. 27.309/2007/6. számú ítéletét, illetve a 36., „A reklámozás jellegének megválasztásakor, valamint a népszerűsíteni kívánt termékre, szolgáltatásra vonatkozó információk közzétételkor meghatározó jelentőséggel bír a megjelenítés formája, a használt szlogen, a szövegbeli és képi tartalom, ezek elhelyezése, a használt betűnagyság és a tájékoztatás terjedelme. Ezen elemek alkalmazásakor - a reklámoknak - a Tptv. III. fejezete szerinti rendelkezéseknek meg kell felelniük, mivel a versenyhatóság - mint ahogy azt a perbeli esetben is tette - a megtévesztésre alkalmasság szempontjából a közzétett információ fogyasztókra gyakorolt összhatását vizsgálja” (Lásd a Fővárosi Ítéltábla VJ/68/2006. számú ügyben hozott 2.Kf. 27.309/2007/6. számú ítéletét, illetve a GVH ezt hivatkozó VJ/45/2016. számú ügyben hozott határozatát.)

¹⁰² A GVH Versenytanácsának az Fttv.-vel, Grt.-vel és a Tptv. III. fejezetével, a Gyftv.-vel és az Éltv.-vel kapcsolatos elvi jelentőségű döntései (2017), V.17.3. pont (http://www.gvh.hu/data/cms1038267/VT_elvi_allasfoglalasok_fttv_2018_03_22.pdf).

347. Az „Élelmiszerre és gyógyszerre egyaránt vonatkozó” kereskedelmi kommunikációk esetében az eljáró versenytanács megállapítása szerint az alábbiak állapíthatók meg.
348. Az óriásplakát, a banner, a hirdetés és a televíziós reklám esetében a tájékoztatás nincs összhangban az alkalmazási előírásban foglaltakkal.
349. Ugyanakkor az attrap, a „Lama” display és a honlapi aloldalak esetében az összhang fennáll.
350. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint az óriásplakát esetében a „Pörgös nap? Indíts Beroccával!”, kiemelt tájékoztatás – amely az óriásplakát esetében jellemző rövid megtekintési időn belül is eljuthat a fogyasztóhoz – arra utal, hogy egy-egy nap esetében megoldást jelenthet a termék szedése (hasznosítása, versenytársnak tekintett termékhez), a szöveg az adott nap megfelelő – Beroccával történő – indítása előnyeit népszerűsíti (a fogyasztót segíti, hogy jól teljesítsen a pörgős napon). Jelen esetben ugyanakkor az alkalmazási előírás szerint hosszabb idejű, 4 hetes alkalmazás után várható a hatás, azaz az alkalmazási előírással való összhang nem áll fenn. A kommunikáció üzenetét vizuálisan is megerősíti az, hogy a képeken egy férfi látható, aki adott nap reggelén beveszi a terméket, majd – arckifejezése alapján – láthatóan jól teljesíti végig a napot. Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy az arckifejezés észlelhetősége vagy annak hiánya esetében is irányadóak az előbbiekben a szöveges rész értékelésével kapcsolatban leírtak.
351. A banner esetében ugyanezen megállapítások az irányadóak, azzal, hogy ott a megtekintésre értelemszerűen hosszabb idő áll rendelkezésre, és a képek is jobban észlelhetőek, tehát a képek, és a mellettük megjelenő időpont megjelölések is figyelembe veendőek, és erősítik azon üzenetet, hogy a termék adott napi teljesítéshez nyújt segítséget.
352. A hirdetés szintén a „Pörgös nap? Indíts Beroccával!” tájékoztatást tartalmazza, és a „Kinek ajánljuk” résznél arra utal, hogy „ha a nap fontos meetingekből”, stb. áll „vagy ha (...) másnap mégis a legjobb formát kell hozni – ilyenkor jöhet segítségül a Berocca!”. Erre tekintettel a hirdetés is arra utal, hogy a termék aznap/rövid időn belül segítséget nyújthat, hatást érhet el, azzal, hogy itt a „másnapra” fordulat is megjelenik, amely erősíti az üzenetet. Előbbiek révén ezen tájékoztatás sem áll összhangban az alkalmazási előírással, mely szerint a hatáshoz 4 hetes szedés szükséges.
353. A televíziós reklám esetében pedig a hallható tájékoztatás kezdődik a „Berocca-val indítasz?” kérdéssel, melyre a válasz, hogy „Ja. Kemény napom lesz.”, melyet követően részletesebben megismerhetjük az aznapi feladatokat. Így a televíziós reklám tartalma sem áll összhangban az alkalmazási előírásban foglaltakkal, lévén ezen esetben is aznapra, adott nap teljesítéséhez ígéri a reklám a termék hatását. Az eljáró versenytanács megjegyzi ezzel összefüggésben azt is, hogy attól függetlenül, hogy a fogyasztó milyen időtartamon belüli hatást várna a terméktől, a reklám maga utal kifejezetten arra, hogy a nap indítása után aznap, vagy másnap már segít a termék, ami az esetlegesen eltérő várakozásokat is egyértelműen felülírja (és a kutatási eredmények alapján a fogyasztók a vizsgált reklámok alapján maguk is értelmezheték ekként az üzenetet).
354. Az attrap, a „Lama” display, illetve a honlapi aloldalak kapcsán pedig az eljáró versenytanács megállapíthatónak látja, hogy azok a teljesítmény „javítására” utaltak, de nem adtak annak várható időbeli bekövetkeztéről tájékoztatást, így ezen tájékoztatások – a gyógyszerre vonatkozó kereskedelmi kommunikációnál leírtakra figyelemmel – összhangban vannak az alkalmazási előírásban foglaltakkal.
355. Az eljárás alá vont a fenti tájékoztatások értékelése kapcsán egyrészt utalt arra, hogy az ésszerűen eljáró, az Fttv. 4. § (1) bekezdése szerinti átlagfogyasztó álláspontja szerint gyermekkorától tudja, hogy a multivitamin készítmények szedése hosszabb távon javasolt, és egyáltalán nem keveri össze azok hatásmechanizmusát egyetlen fogyasztó sem egy kávé, de egy adag energiatartalom elfogyasztásával sem. Még akkor sem, ha az óriásplakáton, illetőleg a kifejezetten kikapcsolódást és humoros hangvételt célzó televíziós reklámban a reklám főhősének – aki messze nem egy közismert olimpián, hanem egy fiktív, átlagos irodista – a szokásos napi rutinját mutatják be a dinamikus képsorok.

356. Fentiek kapcsán az eljáró versenytanács nem osztja azon eljárás alá vonti véleményt, hogy a fogyasztó gyermekkorától tudja, hogy a multivitamin készítmények szedése hosszabb távon javasolt, ez a megállapítás az eljáró versenytanács álláspontja szerint nemcsak a gyermekek, hanem a felnőttek esetében sem igaz, azonban, hogyha még meg is állná ez az állítás a helyét, akkor is maga a reklám közvetít ezzel ellentétes üzenetet, és az, hogy a fogyasztó számára energiatartalok is elképzelhető alternatívát képezhetnek, alátámasztják az eljárás alá vont által [ÜZLETI TITOK] előadottak is. Előbbiek az eljáró versenytanács álláspontja szerint a reklám konkrét szereplőjének személyétől függetlenül megállapíthatóak mindamellett, hogy a fogyasztói célcsoport mindennapi helyzeteihez hasonló kihívások bemutatása értelemszerűen segítheti a reklám főszereplőjével való azonosulást, és azon következtetés levonását is, hogy a termék a fogyasztó számára is hasznos, gyors megoldás lehet.
357. A rádióreklám nem is tartalmaz utóbbi körülményre utalást az eljáró versenytanács szerint, ezért értékeli nem jogsértőként, és nem a fogyasztónak a gyors segítség ígéretéről szóló üzenetnek az eltérő értékelésére figyelemmel.
358. Az eljárás alá vontnak a versenytársi termékkel kapcsolatos hivatkozása tekintetében az eljáró versenytanács egyrészt utal arra, hogy az, hogy valamely magatartás piaci gyakorlat részét képezi, versenytárs által tanúsított, nem mentesíti egy-egy adott versenyfelügyeleti eljárásban az eljárás alá vontat. Az említett reklám másik versenyfelügyeleti eljárásban lehet vizsgálható, de az, hogy versenyfelügyeleti eljárás valamely kereskedelmi gyakorlat kapcsán nem indult, nem jelenti, hogy az az Fttv. rendelkezései alapján jogszerűként vagy jogszerűtlenként minősül, és versenyfelügyeleti eljárások indítása esetében is eltérő az egyes eljárások tárgya, eltérőek az egyes kommunikációs eszközökön megjelenő tájékoztatások, ami összevethetőségüket korlátozza. A jelen ügyben vizsgált reklámok esetében a segítség gyorsaságával kapcsolatos üzenet releváns, még ha „karikírozott” is a reklám főszereplőjének az ábrázolása, és ezek kapcsán az eljáró versenytanács a fentiekben leírtakat tekinti relevánsnak.

XIII.4.2.2. Élelmiszerreklám (Éltv. 10. § (2) bekezdése b) pontja, 1169/2011/EU rendelet 7. cikk (1) b) pontja, Fttv. 6. § (1) bekezdése szerinti magatartás)

359. A jelen pont tekintetében az eljáró versenytanács a vizsgált magatartásokat azon szempontból értékeli, hogy szellemi teljesítmény és fizikai állóképesség növelésére (emelésére) vonatkozó javaslatok megfelelnek-e a vonatkozó ágazati szabályozásban foglaltaknak, illetve az Fttv. rendelkezéseinek.
360. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a fenti IV. pont „A. Szellemi teljesítmény és fizikai állóképesség növelésére (emelésére) vonatkozó ajánlást tartalmazó kereskedelmi kommunikációk” részén belüli, „I. Élelmiszerre (Berocca pezsgőtabletta étrend-kiegészítő) vonatkozó kereskedelmi kommunikációk” az értékelés céljából két csoportra bonthatók.
361. Az első csoportba azok a kereskedelmi kommunikációk tartoznak, melyekben nem került megjelölésre, hogy a teljesítménynövelő tulajdonság mely összetevő (hatóanyag) hatásának tulajdonítható, vagyis az alábbi, IV. pontban felsoroltak szerinti típusú állításokat tartalmazták:
- első típusú állítás: „Pörgős nap? Indíts Beroccával! Szellemi teljesítmény, fizikai állóképesség”,
 - harmadik típusú állítás: „Gondolkodj élesebben, cselekedj okosabban! Szellemi teljesítmény, fizikai állóképesség”,
 - negyedik típusú állítás: „A Berocca egyedülálló, klinikailag igazolt formulája emeli a szellemi teljesítményt és a fizikai állóképességet”,
 - ötödik típusú állítás: „A Berocca egyedülálló összetétele segíti a szellemi és fizikai teljesítőképességet. Pörgős nap? Indíts Beroccával!”.

362. A második csoportba azok a kereskedelmi kommunikációk tartoznak, melyekben megjelölésre került, hogy a teljesítménynövelő tulajdonság mely összetevő hatásának tulajdonítható, vagyis a következő, szintén a IV. pontban felsoroltak szerinti típusú állításokat tartalmazták:
- második típusú állítás: „A Berocca egyedülálló, klinikailag igazolt formulája emeli a szellemi teljesítményt és a fizikai állóképességet” állítás, amelyhez releváns képi elemként társul a kioldódás során felszabaduló hatóanyagok neve: B-vitamin, C-vitamin, magnézium, kalcium, cink.
 - hatodik típusú állítás: „Emeli a szellemi teljesítményt – Egyedülálló, klinikailag igazolt formulája olyan ásványi anyagokat és vitaminokat tartalmaz, amelyek emelik a szellemi teljesítményt”, továbbá „Emeli a fizikai állóképességet – Energia felszabadító B-vitaminokkal”.
 - hetedik típusú állítás: „Az innovatív összetételű Berocca olyan vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmaz, amelyek emelik a szellemi teljesítményt és a fizikai állóképességet.” (Ehhez kapcsolódó további releváns tájékoztatás: „Kulcsfontosságú összetevői az energia-felszabadító B-vitaminok, a cink, a magnézium és a C-vitamin, melyek egyedi összetétele nemcsak az idegrendszernek segít az információszállításban, de a testnek is segít abban, hogy az elfogyasztott ételt hatékony energiává alakítsa. Mindezek együttes hatása biztosítja azt a szükséges pluszt, ami segít, hogy a legjobb formádat hozd egész nap.”).
363. Az **első csoport** kapcsán az eljáró versenytanács álláspontja szerint az alábbiak állapíthatók meg.
364. A szellemi teljesítmény és fizikai állóképesség növelésére vonatkozó állítások az első csoport szerinti kommunikációs eszközökön hangsúlyosan, központi üzenetként jelentek meg.
365. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a pezsgőtabletta (élelmiszer), illetve annak általánosságban megjelölt összetevői („formula”, „összetétel”) szellemi teljesítményt és fizikai állóképességet növelő hatására vonatkozó állítást tartalmazó, azonban az adott tulajdonságnak valamely konkrét összetevőhöz való kapcsolását nélkülöző kereskedelmi kommunikációkra az **1924/2006/EK Rendelet** IV. fejezete 10. cikkének (3) bekezdése irányadó.
366. A hivatkozott jogszabályhely szerint a tápanyag vagy élelmiszer – általában az egészségre gyakorolt – általános, nem részletezett kedvező hatásaira való hivatkozás csak akkor közölhető, ha azt a Rendelet 13. vagy 14. cikkében meghatározott listában (Európai Bizottság által elfogadott ún. közösségi lista) szereplő egészségre vonatkozó egyedi állítás kíséri. Azaz az ágazati szabály alapján a hatásokra vonatkozó tájékoztatásnál egyedi állítás útján jelezni kell, hogy az melyik összetevőnek köszönhető. Ennek hiányában a közlések az egyedi (hatóanyagra vagy tápanyagra vonatkozó) állítások nélkül nem alkalmazhatók.¹⁰³
367. Az első csoport szerinti kereskedelmi kommunikációk esetében a teljesítménynövelésre vonatkozó állításokat a hatóanyagot érintő, egyedi állítások nem kísérik, így azok jogszerűen nem alkalmazhatók.
368. Az első csoport szerinti kereskedelmi kommunikációk még abban az esetben sem lennének jogszerűek, ha a teljesítménynövelést népszerűsítő állításokat magára a konkrét termékre vonatkoztató ún. termék-specifikus állításoknak tekintenénk. A termék-specifikus állításokat ugyanis az eljárás alá vontnak a 1924/2006/EK rendelet 13. cikkének (5) bekezdése szerinti egyedi kérelem útján kellett volna engedélyeztetnie, annak megtörténteig az állítás nem tüntethető fel a kereskedelmi kommunikációban. A jelen eljárásban az eljárás alá vont nem jelezte, hogy engedélyeztetette volna az említett állításokat.
369. Kiemelendő továbbá, hogy a teljesítménynövelésre vonatkozóan tett, első csoport szerinti állítások az élelmiszer összetevők kapcsán jogszerűen alkalmazható állításokkal (eljárás alá vont által bemutatott engedélyezett állítások¹⁰⁴) sincsenek összhangban, mivel azok jelentéstartalmán is túlterjeszkednek,

¹⁰³ Lásd: VJ/72-39/2015, illetve VJ/95-30/2015.

¹⁰⁴ Lásd jelen határozat IV. fejezetét, valamint a VJ/82-25/2016. (P/1240-7/2015., 6. melléklet) számú iratot.

így jogszerűen nem alkalmazhatóak. Az érintett kereskedelmi kommunikációkban a IV. pont szerinti táblázatban jelzett „emeli (növeli) a fizikai állóképességet (teljesítményt)” állításon felül alkalmazottak a fent idézett állítások. Utóbbiak tartalmára, valamint a megjelenítésük körülményeire (így az ugyanazon kommunikációkban alkalmazott képi elemekre, példákra, stb.) tekintettel az eljáró versenytanács szerint megállapítható, hogy az EFSA állítások szerinti „normál”, „megfelelő” működéshez/teljesítményhez/funkcióhoz, a „fáradtság és a kifáradás csökkentéséhez” képest többet ígérnek, a célcsoport egész napos, nagymértékű (a reklámok alapján korántsem normál mértékű) terhelése esetére kínálnak – akár rövid időn belüli – megoldást. A kommunikációk maguk is „pörgős” napot, „maximális teljesítményt”, „élesebben”, „jobban”, emelt szinten teljesítést ígérnek.

370. Összegzőként megállapítható, hogy a Berocca pezsgőtablettát (élelmiszer) népszerűsítő első csoport szerinti kereskedelmi kommunikációk a teljesítménynövelésre vonatkozó állítások tekintetében jogsértőek, mivel azokat a hatáshoz kapcsolódó engedélyezett egyedi állítások nem kísérik, illetve az engedélyezett állításokkal nem állnak összhangban, s azok egyedi kérelem útján sem kerültek engedélyezésre.
371. Az élelmiszerrel kapcsolatosan általánosságban tett egészségre vonatkozó állítások kapcsán megállapítható, hogy azok alkalmasak arra, hogy a fogyasztói ügyleti döntést befolyásolják, mivel a jogszerűen alkalmazható állításokkal összehasonlítva további kedvező tulajdonsággal ruházzák fel a terméket, azt a benyomást keltve, hogy a termék alkalmazása előnyösebb, hasznosabb lesz a fogyasztó számára.¹⁰⁵
372. A **második csoport** szerinti kereskedelmi kommunikációk esetében a szellemi teljesítmény és fizikai állóképesség növelésére vonatkozó állítások hangsúlyosan, központi üzenetként jelentek meg.
373. A második csoport szerinti kereskedelmi kommunikációk esetében megjelölésre került, hogy a pezsgőtabletta hatása mely összetevőnek, illetve összetevőknek tulajdonítható.
374. Az érintett kereskedelmi kommunikációk jogszerűségének megítélése során is a 1924/2006/EK Rendelet IV. fejezete 10. cikkének (3) bekezdése irányadó.
375. Kiemelendő, hogy az EFSA és az Európai Bizottság hatóanyagokként rendszerezi az élelmiszer összetevők kapcsán jogszerűen alkalmazható állításokat, és a hivatkozott jogszabályhely ezen egyedi, konkrét állítások alkalmazását követeli meg az élelmiszeripari vállalkozóktól. Ennek a követelménynek a második csoport szerinti televíziós reklám nem felel meg, mivel a konkrét hatóanyagra és hatásra vonatkozó egyedi állítások helyett csupán a hatóanyagok nevét (B-vitamin, C-vitamin, magnézium, kalcium, cink) jelöli meg, így a televíziós reklám jogszerűen nem alkalmazható.
376. A második csoport szerinti kereskedelmi kommunikációk mindegyike tekintetében megállapítható, hogy a 432/2012/EU rendelet értelmében a termék kereskedelmi kommunikációban szereplő összetevői (B-vitamin, C-vitamin, magnézium, kalcium, cink) kapcsán az Európai Bizottság a normál szellemi és fizikai működéshez, illetve a fáradtság és kifáradás csökkentéséhez való hozzájárulásra vonatkozó állításokat fogadta el¹⁰⁶. Következésképpen a termék teljesítménynövelő hatására vonatkozó általános közlés az összetevők tekintetében jogszerűen alkalmazható állításokkal sincs összhangban, mivel azok jelentéstartalmán túlterjeszkedik, így jogszerűen nem alkalmazható.
377. Összegzőként megállapítható, hogy a Berocca pezsgőtablettát (élelmiszer) népszerűsítő második csoport szerinti kereskedelmi kommunikációk a teljesítménynövelésre vonatkozó állítások tekintetében jogsértőek, mivel azok nem felelnek meg az általában az egészségre gyakorolt általános, nem részletezett kedvező hatások népszerűsítése tekintetében irányadó szabályozásnak, illetve az összetevők tekintetében az engedélyezett állításokon tartalmilag túlmutatnak.

¹⁰⁵ Lásd: VJ/95-30/2015. számú versenytanácsi határozat 135. pontja.

¹⁰⁶ Lásd jelen határozat IV.5.3. fejezetét, valamint a VJ/82-25/2016. (P/1240-7/2015., 6. melléklet) számú iratot.

378. A fentiekre figyelemmel a IV. pont „A. Szellemi teljesítmény és fizikai állóképesség növelésére (emelésére) vonatkozó ajánlást tartalmazó kereskedelmi kommunikációk” részén belüli, „I. Élelmiszerre (Berocca pezsgőtabletta étrend-kiegészítő) vonatkozó kereskedelmi kommunikációk” esetében az értékelt magatartások sértik a GVH hatáskörébe tarozó módon a megtevésztést tilalmazó szabályokat a következők szerint. A 2014. november 3. napjától 2014. december 12. napjáig tanúsított magatartás az Éltv. 10. § (2) bekezdése b) pontjában foglalt rendelkezésbe ütközött, a 2014. december 13. napjától 2016 augusztusáig tanúsított magatartás pedig az 1169/2011/EU rendelet 7. cikk (1) b) pontjában foglalt rendelkezéseket sértette meg. Ezen túlmenően pedig a Bayer által tanúsított magatartás előbbiekre tekintettel a teljes, a felsoroltak szerinti, azaz 2014. november 3. napjától 2016 augusztusáig terjedő időszak tekintetében az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontja szerinti kereskedelmi gyakorlatot valósított meg. Az eljárás alá vont utóbbi magatartása az Fttv. 3. § (1) bekezdése szerinti tilalomba ütközött, lévén valótlán információkat tartalmaztak a tájékoztatások a termékek lényeges, a jogalkotó által is annak tekintett jellemzői tekintetében, és ennek révén a vizsgált kereskedelmi gyakorlat alkalmas lehetett arra, hogy a fogyasztókat olyan ügyleti döntések meghozatalára készítse, amelyet egyébként nem hoztak volna meg (ahogy a televíziós reklám hatására például az értékesítés is jelentős mértékben nőtt 2015 januárjára).
379. Az eljárás alá vont által benyújtott szakirodalom kapcsán az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a szakirodalmi publikáció formájában benyújtott klinikai vizsgálatok egyik termék tekintetében sem fogadhatóak el a szellemi teljesítmény és a fizikai állóképesség növelésére (emelésére) vonatkozó állítások alátámasztására, az alábbiak miatt.
380. Az eljárás alá vont által benyújtott bizonyítékok, függetlenül attól, hogy alátámasztják-e az élelmiszert (pezsgőtabletta) népszerűsítő kereskedelmi kommunikációkban közzétett, egészségre gyakorolt hatást megfogalmazó állítások valóságtartalmát, a GVH eljárásában nem vezethetnek az EFSA, illetve az Európai Bizottság eljárásával ellentétes eredményre.¹⁰⁷
381. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint az élelmiszer (pezsgőtabletta) kapcsán tett állítások tudományos megalapozottságát e körben nem a GVH előtt kell az eljárás alá vontnak bizonyítania. Ekként, ha a benyújtott dokumentumok ténylegesen alátámasztanák a kereskedelmi kommunikációban foglaltakat, úgy azokat az EFSA-hoz, illetve egyedi kérelem útján az Európai Bizottsághoz kellett volna benyújtania elbírálásuk érdekében.

XIII.6. Az eljárás alá vont kötelezettségvállalásának értékelése

382. Az eljárás alá vont kötelezettségvállalási nyilatkozatot nyújtott be a vizsgálati szakban. A kötelezettségvállalás tartalmát az eljáró versenytanács a VI., illetve a VIII. fejezetben ismertette, továbbá a kötelezettségvállalással kapcsolatos nyilatkozatokat tartalmazznak az eljárás alá vont V., valamint VII. pont szerinti előadásai is.
383. Egy kötelezettségvállalás értékelése körében az eljáró versenytanácsnak egyrészt arról kell döntenie, hogy az adott ügyben egyáltalán elfogadható-e kötelezettségvállalás, másrészt arról, hogy az eljárás alá vont vállalása alkalmas-e arra, hogy azt határozatában – jogsértés vagy hiánya kimondása nélkül – az eljáró versenytanács kötelezettségként előírja.
384. Az eljáró versenytanács általánosságban megjegyzi a Tpv. 75. §-ának (1) bekezdése szerinti döntésekkel kapcsolatban, hogy egy magatartás érdemi értékelésének (jogsértés megállapíthatóságát vizsgáló) tesztje nem lehet azonos a Tpv. 75. § (1) bekezdése szerinti teszttel. Sőt, az eljáró versenytanács a Tpv. 75. § szerinti vállalás teljesítését csak a jogsértés vagy annak hiánya megállapítása nélkül írhatja elő, így a kötelezettségvállalás elfogadásával záruló ügyekben nincs is lehetőség a jogsértés érdemi tesztjének elvégzésére. A jogsértés vagy annak hiányának megállapítása a tényállás teljes körű tisztázását és a magatartás alapos mérlegelését, értékelését igényelné. Ezzel szemben a Tpv. 75. § (1) bekezdése szerinti teszt keretében azt kell bemutatni, hogy az eljárás alá vont vállalása mellett a magatartás összhangba kerül-e az alkalmazandó jogszabályi

¹⁰⁷ Lásd: VJ/75/2011. számú versenyfelügyeleti eljárásban hozott versenytanácsi határozat.

rendelkezőkkel, mégpedig a közérdek hatékony védelmét biztosító módon. Ugyanakkor az eljáró versenytanács szerint a kötelezettségvállalás mérlegelésekor rendelkezésre álló adatok alapján nyilvánvalóan nem jogsértő esetekben a kötelezettségvállalás alkalmazása nem lehet igazolható (szükséges és arányos) beavatkozás, vagyis a kötelezettségvállalás mérlegelésének időpontjában is még – a vállalás nélküli helyzetet feltételezve – valószínűsíthető kell legyen az eljárás indítására okot adó jogsértés (másképpen fogalmazva: a jogsértést egyértelműen kizáró bizonyítékok rendelkezésre állása esetén nincs helye a Tpv. 75. §-a szerinti kötelezettségvállalás elfogadásának, mert nem értelmezhető olyan állapot, amelyet összhangba kellene hozni az alkalmazandó jogszabályi rendelkezésekkel, és a közérdek védelme sem indokolhat beavatkozást).

385. A fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése tárgyában indult versenyfelügyeleti eljárásokban tett kötelezettségvállalási nyilatkozatok megítéléséről a Közlemény részletezi azokat a szempontokat, amelyek alapján a GVH megítéli az Fttv., valamint a külön jogszabályokban, így különösen az Éltv.-ben és a Gyftv.-ben fogyasztókkal szemben kereskedelmi gyakorlatokra vonatkozóan előírt, a GVH hatáskörébe tartozó szabályok megsértése tárgyában indult eljárásban a Tpv. 75. §-a alapján benyújtott kötelezettségvállalási nyilatkozatokat (Közlemény 3. pontja).
386. A jelen esetben a kötelezettségvállalás elfogadása melletti érvek a következők:
- a GVH a kötelezettségvállalási nyilatkozat tárgyában meghozandó döntésének meghozatalát megelőző öt évben nem állapította meg, hogy az eljárás alá vont vállalkozás megsértette az Fttv.-nek, illetve a Közlemény 12. pontjában jelzett más jogszabálynak a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen, jellemzően megtévesztésre alkalmas kereskedelmi gyakorlatok elleni védelmét szolgálni hivatott rendelkezését (Közlemény 30. pontja).
387. Ugyanakkor a kötelezettségvállalás elfogadása elleni érvek az alábbiak:
- bár a kötelezettségvállalás benyújtására vizsgálói szakaszban került sor, azonban benyújtása időpontjában a vizsgálat vizsgálati szakban viszonylag előrehaladott volt, így a várt eljárásbeli költséghatékonyság (Közlemény 9. c), 29. pont) nem valósulhatott meg (a 2016. szeptember 30-án indult eljárásban a vállalás első változata benyújtására 2017. július 21-én került sor, a VJ/82-33/2016. szám alatti irattal, a vizsgáló pedig 2017. augusztus 3-án terjesztette a vizsgálati jelentést a Versenytanács elé),
 - a felajánlott edukációs kampány várhatóan az érintett fogyasztói réteg jelentős részéhez érne el, ugyanakkor kérdéses, hogy ténylegesen segíthetné-e a fogyasztók tudatosabb döntéshozatalát vagy az arra való képességet a versenyfelügyeleti eljárás által érintett területen (Közlemény 33. pontja). Így a kötelezettségvállalás elfogadásával nem valósulna meg az elfogadása mellett szóló azon körülmény, hogy a fogyasztói tudatosságot növelő kommunikációs kampány nyomán valószínűsíthetően enyhül az észlelt probléma megismétlődésének kockázata. A fogyasztók ugyanis az étrend-kiegészítő és gyógyszer különbségére és jellemzőire, illetve a vitaminbevitel fontosságára vonatkozó mélyebb ismeretek birtokában is csak akkor lesznek képesek a jelen eljárás szempontjából releváns, tudatos döntést hozni, ha a piaci szereplőktől pontos és valós tájékoztatást kapnak a termékek kategóriáját, illetve hatásait illetően. Azaz, a tervezett edukációs kampány arra alkalmas ugyan, hogy a termékkategóriák és termék összetevők jellemzőiről tájékoztasson, azonban nem lenne képes a fogyasztói döntés korrekcióját biztosítani arra az esetre, ha a fogyasztót megcélzó reklám a termékkategóriák, illetve termékjellemzők kapcsán megtévesztő tájékoztatást tartalmaz. Az eljárás alá vont észrevételére figyelemmel az eljáró versenytanács jelzi, hogy előbbi megállapításában a „piaci szereplők” alatt úgy a Bayer, mint versenytársait értette fenti megállapításaiban, és utal bennük az eljáró versenytanács egyrészt valóban arra, hogy a későbbi elhallgatások megelőzésére a fogyasztói tudatosság növelése önmagában nem elégséges, másrészt pedig arra is, hogy a termékkategóriákkal kapcsolatos tájékoztatás például a gyors hatással kapcsolatos, vagy ezekhez hasonló tartalmú állítások esetében megvalósuló téves tájékoztatások orvoslására sem alkalmas.

- a kötelezettségvállalás elfogadásával elérhető várható előnyöknél nagyobb súllyal bír a tényállás teljes körű tisztázásához és az adott kereskedelmi gyakorlat jogi minősítéséhez fűződő közérdek (Közlemény 9. b), 35. d) pont),
- a kereskedelmi gyakorlat bizalmi termékkel kapcsolatos és jelentős súlyúnak minősül, jelentős számú fogyasztót ért el, és a GVH csak kivételesen indokolt esetben fogadja el a kötelezettségvállalási nyilatkozatot, ha az adott kereskedelmi gyakorlat megítélése kapcsán már a kereskedelmi gyakorlat tanúsítását megelőzően kikristályosodott a joggyakorlat, és a vállalkozások egyértelmű eligazítással bírhattak a jogszerű magatartással szembeni elvárás tekintetében (Közlemény 36. pontja). Jelen esetben pedig megállapítható, hogy az élelmiszereknek tulajdonított egészségre gyakorolt hatás vonatkozásában számos versenytanácsi határozat lehet ismert a vállalkozások előtt, így azok a nyilvánosan hozzáférhető versenytanácsi határozatokból egyértelmű eligazítással bírhattak a velük szemben támasztott elvárásokról, és ugyanezen megállapítás tehető a gyógyszerek reklámozása kapcsán is.

388. A kötelezettségvállalási nyilatkozat elfogadása mellett és ellen szóló körülmények mérlegelését követően az eljáró versenytanács arra a megállapításra jutott, hogy nem lát lehetőséget a kötelezettségvállalási nyilatkozat elfogadására, figyelemmel arra, hogy az ellen szóló érvek száma és súlya meghaladja a kötelezettségvállalás elfogadásával elérhető előnyök mértékét.
389. Az eljárás alá vontnak a compliance területén tett erőfeszítéseit pedig az eljáró versenytanács összhangban a Bírágóközleményben foglaltakkal nem a kötelezettségvállalás elfogadása melletti érvként, hanem enyhítő körülményként értékelheti, e körben annak nincs jelentősége, hogy ezt a kötelezettségvállalás keretében terjesztette elő. Így a Bayer által pontosított kötelezettségvállalás (annak költsége, garanciái, stb.) további elemeit az eljáró versenytanács a XI. fejezetben értékeli.

XIII.7. Összegzés

390. Az eljáró versenytanács a Tptv. 76. § (1) bekezdés e) pontja alapján megállapítja, hogy a Bayer a Berocca Performance vény nélkül kapható gyógyszer és a Berocca pezsgőtabletta étrend-kiegészítő termékeit népszerűsítő kereskedelmi kampánya során
- 2015 januárjától 2016 áprilisáig a termékkategória jelölés szempontjából releváns, a jelen határozat Indokolás részének XIII.4.1. pontja szerinti kommunikációs eszközök (óriásplakát, attrap, „Lama” display, televíziós reklám, plakát (akciós), ablak fólia, betétlap, aláírópad, világító tábla, épületháló, banner) alkalmazásával megsértette a biztonságos és gazdaságos gyógyszer- és gyógyászatisegédeszköz-ellátás, valamint a gyógyszerforgalmazás általános szabályairól szóló 2006. évi XCVIII. törvény 17. § (1) bekezdésének a) pontjában foglaltakat,
 - a szellemi teljesítmény és a fizikai állóképesség növelésére (emelésére) ajánlás szempontjából releváns, a jelen határozat Indokolás részének XIII.4.2. pontja szerinti kommunikációs eszközökön adott tájékoztatással megsértette
 - 2015 februárjától 2015 novemberéig (óriásplakát, banner, hirdetés, televíziós reklám révén) a biztonságos és gazdaságos gyógyszer- és gyógyászatisegédeszköz-ellátás, valamint a gyógyszerforgalmazás általános szabályairól szóló 2006. évi XCVIII. törvény 17. § (1) bekezdésének d) pontjában foglaltakat,
 - 2014. november 3. napjától 2014. december 12. napjáig (displayre kommunikációs elem (korona), polctálca révén) az élelmiszerláncról és hatósági felügyeletéről szóló 2008. évi XLVI. törvény 10. §-a (2) bekezdésének b) pontjában foglaltakat,
 - 2014. december 13. napjától 2016 augusztusáig (kétoldalas szórólap, roll-up (rendezvényes), kétoldalas szórólap étrend-kiegészítő termékmintával, éttermi tálcaalátét, rendezvényes installáció (kapu két oszloppal), televíziós reklám, on-line hirdetés (pre-roll videó), roll-up (vásárláshelyi), displayre kommunikációs elem (korona), polctálca, sajtóhirdetés, rádióreklámok, honlap főoldala, PR cikk révén) a fogyasztók élelmiszerekkel kapcsolatos

tájékoztatásáról szóló 1169/2011/EU európai parlamenti és tanácsi rendelet 7. cikke (1) bekezdésének b) pontjában foglaltakat, valamint

- 2014. november 3. napjától 2016 augusztusáig (kétoldalas szórólap, roll-up (rendezvényes), kétoldalas szórólap étrend-kiegészítő termékmintával, éttermi tálcaalátét, rendezvényes installáció (kapu két oszloppal), televíziós reklám, on-line hirdetés (pre-roll videó), roll-up (vásárláshelyi), displayre kommunikációs elem (korona), polctálca, sajtóhirdetés, rádióreklámok, honlap főoldala, PR cikk révén) a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény 6. §-a (1) bekezdésének b) pontjában foglaltak megvalósításával a törvény 3. § (1) bekezdése szerinti tilalmat.

391. Az eljáró versenytanács megállapítja a Tpv. 76. § (1) bekezdés j) pontja alapján, hogy a Bayer-nek az egyéb, fenti jogszabályhelyekre figyelemmel vizsgált kommunikációs eszközei esetében tanúsított magatartása nem jogsértő.
392. Az eljáró versenytanács megállapítja továbbá a Tpv. 76. § (1) bekezdés j) pontja alapján, hogy az eljárás alá vont a Berocca pezsgőtabletta étrend-kiegészítő terméke esetében a termék termékkategóriájára vonatkozóan adott, a jelen határozat Indokolás részének XIII.4.1. pontja szerinti tájékoztatása révén nem sértette meg az Fttv. 7. §-a (1) bekezdésében foglalt tényállás megvalósításával a törvény 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat.

XIV.

Jogkövetkezmények

393. Az eljáró versenytanács a jogsértés megállapításán túl a Tpv. 76. §-a (1) bekezdése k) pontja alapján további jogkövetkezmény (versenyfelügyeleti bírság) meghatározását is indokoltnak tartja.
394. Az eljáró versenytanács a bírság összegét a Tpv. 78. §-a (3) bekezdésének, illetőleg a GVH Elnökének és a Versenytanács Elnökének 12/2017. számú, a fogyasztóvédelmi típusú ügyekben kiszabott bírság meghatározásának szempontjairól szóló közleményben (továbbiakban: Bírságközleményben) foglaltaknak megfelelően kívánja meghatározni.
395. A Tpv. 78. § (3) bekezdése értelmében a bírság összegét az eset összes körülményeire – így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a jogsértő magatartás ismételt tanúsítására, gyakoriságára – tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a végső üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.
396. A fenti célokra figyelemmel a kiszabandó bírság összegének a meghatározása alapvetően öt, egymást követő lépésben történik. Az eljáró versenytanács először meghatározza a bírság kiinduló összegét, majd az adott ügyben figyelembeveendő, a jogsértés súlyát, hatását enyhítő és súlyosító körülmények mérlegelésével meghatározza a bírság alapösszegét. Ezt követően – amennyiben indokolt – az esetleges korrekciós tényezőkre tekintettel megváltoztatja az alapösszeget, majd figyelemmel van a vállalkozások együttműködésére végül mérlegeli az esetleges fizetési nehézségekre tekintettel alkalmazható könnyítések.
397. Az eljáró versenytanács a jogsértéssel érintett időszakot a jogsértő kereskedelmi kommunikációk alkalmazására tekintettel határozta meg, amelynek ideje a 2014. november 3. és 2016 augusztusa közötti időszak.
398. A Bírságközlemény 16. pontja alapján a bírság összegének megállapítása során főszabályként a GVH a jogsértő kereskedelmi kommunikáció(k) igazolt (nettó) költségéből indul ki. A kommunikációs költség alapulvételét az indokolja, hogy a vállalkozás a jogsértő gyakorlattal jellemzően legalább az

arra fordított kiadást elérő bevételekre szert kíván tenni.¹⁰⁸ A Bírságközlemény 19. pontja szerint amennyiben a kommunikációs költség összege nem ad megfelelő viszonyítási alapot (például a jogsértés jellege folytán a kommunikációs költség irreleváns,¹⁰⁹ a kereskedelmi gyakorlat jellegére tekintettel nincs érdemi kommunikációs költség,¹¹⁰ vagy a költségek nem tükrözik a kommunikáció hatásosságát, hatékonyságát¹¹¹) vagy ha azokra vonatkozóan a 18. pont szerinti becsléshez szükséges mértékben sem állnak rendelkezésre megbízható adatok,¹¹² úgy a GVH árbevétel alapú bírságolási módszert alkalmaz.

399. A bírság meghatározása során az eljáró versenytanács a jelen ügyben a jogsértést megvalósító kommunikációs eszközök ellenértékéből indult ki, mivel azok relevánsak, érdemiek, illetve rendelkezésre állnak. Az eljárás alá vont nyilatkozataira figyelemmel ez az összeg [ÜZLETI TITOK].
400. A kiinduló összeg fentiek szerinti meghatározását követően kerül sor az alapösszeg Bírságközlemény IV. fejezete szerinti kiszámítására, amely a jogsértés súlyát, hatását és a vállalkozás jogsértéshez való viszonyulását kifejező súlyosító és enyhítő körülmények figyelembevételére ad lehetőséget. A kis jelentőségű súlyosító körülmény a bírság kiinduló összegét 0-5% közötti mértékben, a közepes jelentőségű 5-15%-kal, míg a kiemelt jelentőségű 15-25%-kal növeli. Hasonlóképpen, a kis jelentőségű enyhítő körülmény a bírság kiinduló összegét 0-5% közötti mértékben, a közepes jelentőségű 5-15%-kal, míg a kiemelt jelentőségű 15-25%-kal csökkenti.
401. Az eljáró versenytanács súlyosító körülményként vette figyelembe:
- azt, hogy a jogsértő magatartás bizalmi jellegű termékekkel kapcsolatos (közepes jelentőségű súlyosító körülmény);
 - jogsértő gyakorlat intenzitását, kiterjedtségét, mivel az a fogyasztók széles körét érte el (kis jelentőségű súlyosító körülmény);
 - a magatartás felróhatóságát, amelynek körében a vény nélkül kapható gyógyszerek reklámozása terén, figyelemmel a Gyftv.-ben meghatározott reklámozási korlátokra, a vállalkozásoknak fokozottabb figyelmet szükséges fordítania a tisztességes tájékoztatás szabályainak betartására (kis jelentőségű súlyosító körülmény), és ezek tekintetében a GVH kialakult, az eljárás alá vont által is megismerhető gyakorlattal rendelkezik (lásd például a VJ/56/2010., VJ/112/2010., VJ/61/2011., VJ/77/2012., VJ/46/2015., VJ/97/2015. számú ügyekben hozott döntéseket).
402. A súlyosító körülmények tekintetében az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy tekintettel a terméknek a jellegére, az érintett – nem sérülékeny – fogyasztói körre, illetve a kampány egészének az intenzitására is, ezen súlyosító tényezőket a korábban jelzettnél alacsonyabb mértékben vette figyelembe.
403. Az eljáró versenytanács enyhítő körülményként vette továbbá figyelembe a Bírságközlemény 48. pontjában foglaltakra figyelemmel, hogy az ágazati rendelkezések szerinti kötelező tájékoztatásokat a fogyasztók más forrásból, azaz a patikusoktól vásárlás előtt megkaphatták még a szerződéskötést megelőzően a helytálló információt, és döntésüket ennek alapján még korrigálhatták (kis jelentőségű enyhítő körülmény). Az eljárás alá vont megfelelési törekvéseit az általa tett előadásokra, illetve benyújtott bizonyítékokra figyelemmel az eljárás alá vont együttműködésének figyelembevételére körében értékeli.
404. Az eljáró versenytanács enyhítő körülményként vette továbbá figyelembe a Bírságközlemény 49. pontjában foglaltakra figyelemmel, hogy egyes reklámeszközök nem csak jogsértő üzenetet, tájékoztatást tartalmaztak (kis jelentőségű enyhítő körülmény).

¹⁰⁸ Lásd a VJ/154/2005. számú ügyben hozott határozatot.

¹⁰⁹ Lásd a VJ/20/2014. számú ügyben hozott határozatot.

¹¹⁰ Lásd a VJ/97/2014. számú ügyben hozott határozatot.

¹¹¹ Lásd a VJ/067/2016. számú ügyben hozott határozatot.

¹¹² Lásd a VJ/041/2013. számú ügyben hozott határozatot.

405. Az alapösszeg kiszámítását követően kerül sor a Közlemény értelmében
- a) a jogsértés esetleges ismétlődésének,
 - b) a jogsértéssel elért előnynek,
 - c) az elrettentő hatásnak, és
 - d) a Tpv. 78. §-ában meghatározott bírság maximumának a figyelembe vételére.
406. A versenytanácsi gyakorlat értelmében súlyosabb szankció alkalmazandó az ismétlődő jogsértések esetén. A Bírságközlemény 55. pontja értelmében ismétlődő jogsértésnek minősül, ha egy vállalkozás ugyanolyan vagy hasonló jogsértést tanúsít folytatólagosan vagy ismételten azt követően, hogy a GVH vagy más hatóság megállapította a Bírságközlemény 3. pontjában hivatkozott, a fogyasztók, illetőleg az üzletfelek tisztességes tájékoztatását szabályozó jogszabályi rendelkezések megsértését. A Bayer esetében azonban ismétlődésről nincs szó.
407. Az elért értékesítési eredmények erőteljesen növekedtek, különösen egyes időszakokban, még ha azok a vártnál (különösen összességében, hosszabb távon) alacsonyabb mértékben is.
408. Az eljáró versenytanács nem tartotta indokoltnak az elrettentő hatás önálló figyelembevételét.
409. Megállapítható továbbá, hogy a bírság alapösszege kisebb, mint a törvényi bírságmaximum, amely a 2017. évi nettó árbevétel figyelembe vételével pedig 4.756.375.400 Ft.
410. A Bírságközlemény „VI. A vállalkozás együttműködésének figyelembevétele” című fejezete részletesen ismerteti olyan tényezőket, amelyek a bírság összegét tovább csökkenthetik. Kiemelendő azonban, hogy az eljárást segítő együttműködő magatartás akkor lehet hatással a bírság összegére, ha a vállalkozás eljárást segítő magatartása túlmutat a jogszabályokból fakadó általános és alapvető együttműködési kötelezettségén, amelynek hiánya ellenben szankcionálható. A Bírságközlemény 69. pontja értelmében az együttműködés jelentőségének hangsúlyozása érdekében ezen szempontok értékelését az eljáró versenytanács a bírság meghatározására irányuló folyamat végső fázisában végzi el.
411. A Bírságközlemény 83. pontjában és a megfelelés igazolása tekintetében előadottakra tekintettel a jelen ügyben érintett megfelelési törekvések a jogsértés beismerésével párhuzamosan megvalósulónak tekinthetők, és mivel az eljárás alá vont vállalt utólagos – azonban egyes elemei tekintetében már megvalósított vagy elkezdett – tevékenységre fókuszáló, vezetői elköteleződést és munkavállalói kioktatást, felkészítést is tartalmazó megfelelési programot, melynek megvalósítása, működtetése részletes igazolására a jogsértés beismerésével párhuzamosan sor került, így ezen tekintetben az eljáró versenytanács (a korábban mérlegelt, kis jelentőségű enyhítő körülményt meghaladó mértékben) a bírságcsökkentési mérték felső határát vette figyelembe az együttműködés keretében. Tekintettel arra, hogy a konkrét, vizsgált kereskedelmi gyakorlatokkal kapcsolatosan a Bírságközlemény 77-78. pontja szerinti előzetes megfelelésként minősülő, releváns megfelelés érdekében tett konkrét és érdemi erőfeszítés nem azonosítható (a 77. pont szerint önmagában a megfelelési program léte nem lehet enyhítő körülmény).
412. Az eljáró versenytanács előzetes álláspontban jelzett figyelemfelhívására tekintettel továbbá a Bayer a fentiek szerinti, jogsértés elismerésére vonatkozó nyilatkozatokat tette, amelyek a vizsgált gyakorlatok, illetve kommunikációs eszközök jelentős részét érintették, továbbá részletekbe menően igazolta megfelelési programja folyamatos megvalósítását. Ezen körülményekre tekintettel az eljáró versenytanács szintén jelentős mértékben csökkentette a bírságot.
413. A Közlemény 84. pontja értelmében a bírság csökkentése szempontjából az eljárás időtartama alatt már megvalósított programok jellemzően nagyobb, míg a kizárólag a jövőre vonatkozóan vállalt megfelelési erőfeszítések általában kisebb súllyal esnek latba. A jövőre vonatkozó vállalást az eljáró versenytanács, amennyiben azt elfogadhatónak tartja, ügyzáró határozatában kötelezettségként előírja az érintett vállalkozás számára, s az abban foglaltak teljesülését utóvizsgálat keretében ellenőrizheti. Tekintettel a program implementálásának, működtetésének igazolásával kapcsolatosan benyújtott

bizonyítékokra, illetve nyilatkozatokra, az eljáró versenytanács a megfelelési program kialakításával, működtetésével kapcsolatos kötelezést nem ír elő.

414. A Bírságközlöny „VI.3. Egyéb együttműködés az eljárás során” című fejezete körében kiemelendő, hogy enyhítő körülmény különösen az olyan mértékű közreműködés az eljárás során, amely a jogsértés felderítésének eredményességét szolgálja, például a jogsértést alátámasztó bizonyítékok önkéntes szolgáltatásával, a jogsértés körülményeinek tisztázásával vagy a jogsértés beismerésével, illetőleg a tények nem vitatása révén. Az eljáró versenytanács a jogsértés beismerésére tekintettel legfeljebb 30%-kal, a bizonyítékok szolgáltatására, a jogsértés körülményeinek tisztázására és a tények nem vitatására tekintettel összességében legfeljebb 20%-kal mérsékelheti a bírság összegét, azzal, hogy ez utóbbi szempontokra beismeréssel egyidejűleg csak akkor adható bírságcsökkentés, ha azok a beismeréshez képest további hozzáadott értéket képviselnek az eljárás szempontjából.
415. A jelen ügyben az eljáró versenytanács ezen tekintetben is jelentős mértékben csökkentette a bírság alapösszegét arra figyelemmel, hogy az eljárás alá vont a fentiek szerinti, jogsértés elismerésére vonatkozó nyilatkozatokat tette, amelyek a vizsgált gyakorlatok, illetve kommunikációs eszközök jelentős részét érintették.
416. Az eljárás alá vont által hivatkozott azon szempontot, miszerint az Európai Bizottság indikációja szerint versenyfelügyeleti eljárásokban általános bírságcsökkentő tényezőként kell, hogy figyelembe vételre kerüljön az eljárási határidő jelentős túllépése, mely szempontot álláspontja szerint több EU Bírósági döntés is alátámaszt, az eljáró versenytanács nem látta figyelembe vehetőnek. Ezen körben az eljáró versenytanács utal arra, hogy fentiek szerinti, általános jellegű gyakorlat álláspontja szerint nem tekinthető kialakultnak, nincs erre vonatkozó jogerős döntés, illetve álláspontja szerint értékelendő e körben azon körülmény, hogy az eljárás alá vont védekezéshez való joga nem sérült. Mindemellett a kiszabott bírságösszeg nem haladja meg azon bírságmaximumot sem, melyet 2017. évi döntés során vett volna figyelembe az eljáró versenytanács, és figyelembe vette eltelt időszak alatt az eljárás alá vont által megvalósított megfelelési lépéseket is. Mindezeket túl az eljárás alá vont azt sem igazolta, hogy bármely hátrány érte volna az eljárás általa vélelmezett elhúzódásából.
417. A bírságcsökkentő tételekre figyelemmel a bírságösszeget mintegy felével csökkentette az eljáró versenytanács és a fentiek alapján számított bírságösszeg 95.000.000 Ft.

XV.

Egyéb kérdések

Az eljárás alá vont Alaptörvény rendelkezései megtartásával kapcsolatos észrevételei

418. Az eljárás alá vont fentiekben ismertetett beadványaiban kifogást tett az ügyintézési határidő lejártával kapcsolatban, sérelmezte, hogy a GVH mintegy egy évig „hallgatott” az ügyben, és jelentős eljárási szabálysértést tanúsítva, nem jellemző mértékben lépte túl a határidőt. Továbbá előadta, hogy a GVH kötelezettségvállalására 14 hónapig nem reagált, és utóbbi körülményre is tekintettel szűkös határidőben kényszerült érdemi védekezése kialakítására, valamint azzal a feltételezéssel élhetett, hogy kötelezettségvállalása elfogadásra kerül. Előbbiekre figyelemmel az eljárás alá vont álláspontja szerint a GVH eljárása megsérthette az Alaptörvény XXIV. cikke (1) bekezdése rendelkezését, és szankciót a GVH nem alkalmazhatna az ügyben. Az eljárás alá vont hivatkozott az Alkotmánybíróság 5/2017. (III. 10.) AB határozatára (a továbbiakban: AB határozat) és a Kúria I.35.760/2016/6. számú döntésére.
419. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint, mint azt a fentiekben ismertetette eljárás alá vonttal is, az Alkotmánybíróság 3270/2018. (VII.20.) AB végzésének 31. pontja¹¹³ expressis verbis kimondja azt,

¹¹³ Az indítványozó ügyintézési határidővel kapcsolatos kifogása sem veti fel a kúriai ítélet alaptörvény-ellenességét vagy alapvető alkotmányjogi jelentőségi kérdést, mivel a Tptv. 63. §-ában rögzített ügyintézési határidő nem tekinthető anyagi jogi határidőnek,

hogy az 5/2017.-es AB határozat a versenyfelügyeleti eljárásokban nem alkalmazható, „mivel a Tptv. 63. §-ában rögzített ügyintézési határidő nem tekinthető anyagi jogi határidőnek, ily módon nem vonatkoztatható rá az indítványozó által hivatkozott, az Alkotmánybíróság 5/2017. (III. 10.) AB határozatában megállapított alkotmányos követelmény.”, erre tekintettel pedig az eljárás alá vont kifogása alaptalan.

420. Ezen túlmenően az eljáró versenytanács kiemeli a VJ/65/2012. ügyben hozott versenytanácsi határozatnak felülvizsgálata során, a Kúria által Kfv.VI.38.108/2016/26. számon hozott döntés 63. bekezdéséből a következőket.

„A felperesek határidőkkel kapcsolatos hivatkozásait a Kúria alaptalannak ítélte. Az ügyintézési határidő túllépésével kapcsolatosan osztotta a másodfokú bíróság álláspontját, kiemelve, hogy a jogállamisághoz fűződő jogbiztonság alkotmányos alapelve a közhatalmat gyakorló közigazgatási szerv elé azt a követelményt támasztja, hogy eljárása legyen jogszerű. Ez magában foglalja azt is, hogy az érdemi döntését a törvényben meghatározott elintézési határidőn belül hozza meg. A jogállamiság elvéből ugyanakkor az is következik, hogy a jogszabályoknak általánosságban érvényesülniük kell. Önmagában a közigazgatási szerv mulasztása nem lehet ok arra, hogy a jogi normák betartatlanul maradjanak, vagy hogy a jogsértések jogkövetkezményei alól a jogsértők mentesüljenek. Az elintézési határidőt előíró rendelkezéshez a jogalkotó semmilyen jogkövetkezményt nem fűzött; elmulasztása nem szünteti meg az alperes eljárási és döntéshozatali kötelezettségét, és nem alapozza meg a jogszerű határozat hatályon kívül helyezését. A felülvizsgálattal érintett körben nincsen olyan jogszabályi rendelkezés, amely alapján az elintézési határidő túllépése jogvesztést eredményezne. Az elintézési határidő túllépése eljárási szabálysértésnek minősül, azonban jelen ügyben nem volt kihatással a döntés érdemére, kimenetelére. A II. rendű felperesnek a Pp. 164. § (1) bekezdése szerinti bizonyítási teher alatt azt kellett volna igazolnia, amennyiben az alperes határidőben hozta volna meg a döntését, az más tartalmú lett (lehetett) volna, vagy az idő múlására tekintettel az ellenbizonyításra, a védekezésre a lehetősége korlátozottá vált volna. Az ügyintézési határidő túllépése a II. rendű felperesre irányadó bírság összegére azért nem volt kihatással, mert a kalkulált bírságösszeg alapjául a tenderek összege szolgált, ami nem függ az alperesi határozat meghozatalának időpontjától. A bírságmaximum meghatározásakor lehetett volna jelentősége még az ügyintézési határidő túllépésének, de e körben azért nem volt, mert a határidőben történő, 2014. december 5-i döntéshozatal esetében is a 2013. évben elért nettó árbevétel kellett volna alapul venni. Emellett a II. rendű felperes esetében a számított bírságösszeg nem is érte el a rá irányadó bírságmaximumot. Mindezekből következően az ügyintézési határidő túllépése önmagában nem eredményezhette az alperesi határozat hatályon kívül helyezését.”

421. A jelen ügyben az ügyintézési határidő valóban lejárt, ugyanakkor az eljárás alá vont tudomással bírhatott róla, hogy a kötelezettségvállalása elfogadása kétséges, lévén az eljáró versenytanács megküldte részére a vizsgálati jelentést véleményezésre 2017. augusztus 21-én, és a vizsgáló – még ha indítványa nem is köti később a Versenytanácsot – a vállalat elutasítására tett javaslatot. Továbbá az eljáró versenytanács által a bírságkiszabáskor figyelembe vett reklámköltség összege az eltelt időszak alatt változatlan maradt, valamint a kiszabott bírság jóval alacsonyabb a bírságmaximumnál, akár a 2016. évi, akár a 2017. évi nettó árbevétel tekintjük irányadónak. Ezen túlmenően pedig az eljáró versenytanács a bírság megállapítása során bírságcsökkentő tényezőként vette figyelembe az eljárás alá vont eltelt időszak alatt megfelelés érdekében időközben immár teljesített vállalásait, és ezek igazolására figyelemmel kötelezés előírásától is eltekintett.
422. Az eljárás alá vont számára az érdemi védekezése kialakítására nyitva álló idő tekintetében az eljáró versenytanács utal arra, hogy az előzetes álláspont és a tárgyalási értesítő megküldésére

ily módon nem vonatkoztatható rá az indítványozó által hivatkozott, az Alkotmánybíróság 5/2017. (III. 10.) AB határozatában megállapított alkotmányos követelmény.

2018. szeptember 28-án került sor¹¹⁴, és az eljárás alá vontnak VJ/82-65/2016. számú, a nyilatkozattételi ideje meghosszabbítására irányuló kérelmének az eljáró versenytanács helyt adott, így eljárás alá vontnak egy hónapja állt rendelkezésre védekezése kialakításához, 2018. október 28-ig. Előbbi időtartam biztosításával a Tptv. 73. § (1) bekezdése szerinti időtartamot biztosította az eljáró versenytanács a véleményezésre, ezen szakasz szerint az előzetes álláspontra az ügyfél az eljáró versenytanács által megállapított határidőn belül nyilatkozatot, észrevételt tehet azzal, hogy erre legfeljebb harmincnapos határidő biztosítható, ha korábban az ügyfélnek a (3) bekezdés szerint lehetősége volt nyilatkozni a vizsgáló jelentésére. A védekezését az eljárás alá vontnak szóban módjában állt még kiegészíteni a tárgyaláson 2018. november 5-én, és későbbi írásbeli beadványaiban is tett még nyilatkozatokat¹¹⁵ a versenytanács megkeresések tárgyán túlmenően is, mely előadásokat az eljáró versenytanács figyelembe vette.

423. Az eljárás alá vont kérte továbbá, hogy az eljáró versenytanács az általa előadottakat méltányosan mérlegelve, az Fttv. 4. § rendelkezése által védeni hivatott fogyasztó értelmi képességeit alapul véve állapítsa meg az egyes reklámüzenetek tartalmát és hozzon az Alaptörvénnyel összhangban álló döntést. Az eljáró versenytanács ezen tekintetben utal arra, hogy jelen döntése meghozatalakor az Fttv. 4. § (1) bekezdésében is hivatkozott, ésszerűen eljáró átlagfogyasztó magatartását vette figyelembe, és az ennek értékelésével kapcsolatos szempontokat mérlegelte, ezeket a fentiekben részletesebben is kifejtette.
424. Mindezekre figyelemmel az eljáró versenytanács álláspontja szerint az Alaptörvény rendelkezéseivel összhangban hozott döntést.

Jogorvoslat

425. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tptv. 83. § (1) bekezdése biztosítja.
426. A közigazgatási perrendtartásról szóló 2017. évi I. törvény (a továbbiakban: Kp.) 157. §-ának (7) bekezdése szerint, ha jogszabály bírósági felülvizsgálatot tesz lehetővé, azon 2018. január 1-jétől közigazgatási pert kell érteni. A közigazgatási per szabályait a Kp. határozza meg.
427. A Kp. 29. §-ának (1) bekezdése az elektronikus kapcsolattartásra a polgári perrendtartás szabályait rendeli megfelelően alkalmazni. A polgári perrendtartásról szóló 2016. évi CXXX. törvény 608. §-ának (1) bekezdése szerint az elektronikus ügyintézés és a bizalmi szolgáltatások általános szabályairól szóló 2015. évi CCXXII. törvény (a továbbiakban: E-ügyintézési tv.) alapján elektronikus úton történő kapcsolattartásra kötelezett minden beadványt kizárólag elektronikusan - az E-ügyintézési tv.-ben és végrehajtási rendeleteiben meghatározott módon - nyújthat be a bírósághoz.
428. Az E-ügyintézési tv. 9. §-ának (1) bekezdése alapján elektronikus ügyintézésre köteles az államigazgatási szerv feladat- és hatáskörébe tartozó ügyben ügyfélként eljáró gazdálkodó szervezet és annak jogi képviselője.
429. A Kp. 39. §-ának (6) bekezdése szerint – ha törvény eltérően nem rendelkezik – a keresetlevél benyújtásának a közigazgatási cselekmény hatályosulására halasztó hatálya nincs. Ugyanakkor a Kp. 50. §-a szabályozza az azonnali jogvédelem iránti kérelmet az alábbiak szerint. Akinek jogát, jogos érdekét a közigazgatási tevékenység vagy az azzal előidézett helyzet fenntartása sérti, a közvetlenül fenyegető hátrány elhárítása, illetve a jogvitára okot adó állapot változatlan fenntartása érdekében a perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező bíróságtól az eljárás során bármikor azonnali jogvédelmet kérhet. Azonnali jogvédelem keretében kérhető a halasztó hatály elrendelése is. A kérelem benyújtható a keresetlevéllel együtt is. Ha nem a keresetlevéllel együtt nyújtják be, a kérelmet a bírósághoz kell benyújtani. A kérelemben részletesen meg kell jelölni azokat az indokokat, amelyek az azonnali jogvédelem szükségességét megalapozzák, és az ezek igazolására szolgáló okiratokat csatolni kell. A kérelmet megalapozó tényeket valószínűsíteni kell.

¹¹⁴ Az értesítés szerint a z eljárás alá vont álláspontjának megküldésére 2018. október 17-ig lett volna módja, és 2018. október 19-re tűzte az eljáró versenytanács a tárgyalás időpontját.

¹¹⁵ VJ/82-69/2016., VJ/82-71/2016.

Végrehajtás

430. A Tpv. jelenleg hatályos 95/F. § (1) bekezdése értelmében a törvénynek a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény, valamint az azzal összefüggő egyes törvényi rendelkezések módosításáról szóló 2017. évi CXXIX. törvénnyel (a továbbiakban: Módtv4.) megállapított eljárási rendelkezéseit - a (2) bekezdésben írt eltéréssel - az e rendelkezések hatálybalépését követően indult és megismételt eljárásokban kell alkalmazni.
431. A (2) bekezdés értelmében azonban a Tpv.-nek a Módtv4.-gyel megállapított, a végrehajtásra vonatkozó rendelkezéseit az e rendelkezések hatálybalépésekor még el nem rendelt, és az e rendelkezések hatálybalépésekor folyamatban lévő végrehajtási eljárásokra is alkalmazni kell.
432. A Tpv. XII/A. fejezete rendelkezik a GVH döntésének végrehajtásáról.
433. A Tpv. 84/A. §-a alapján a végrehajtásra a fejezetben nem szabályozott kérdésekben az általános közigazgatási rendtartásról szóló 2016. évi CL. törvény (a továbbiakban: Ákr.) rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni.
434. A Tpv. 84/C. §-a értelmében ha a kötelezett pénzfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget, illetve az állam által előlegezett költség után a megelőlegezés időtartamára az adózás rendjéről szóló törvény szerinti késedelmi pótlékkal azonos módon számított mértékű késedelmi pótlékot fizet.
435. Az Ákr. 133. §-a értelmében a végrehajtást - ha törvény vagy kormányrendelet másként nem rendelkezik - a döntést hozó hatóság, másodfokú döntés esetén pedig az elsőfokú hatóság rendeli el. Az Ákr. 134. §-a értelmében a végrehajtást - ha törvény, kormányrendelet vagy önkormányzati hatósági ügyben helyi önkormányzat rendelete másként nem rendelkezik - az állami adóhatóság fogatosítja.

Budapest, 2018. december 6.

dr. Grimm Krisztina s.k.
előadó versenytanácsstag

Dudra Attila s.k.
versenytanácsstag

dr. Köhalmi Attila s.k.
versenytanácsstag

1. számú melléklet

Vizsgált kereskedelmi kommunikációk tartalma

A. Szellemi teljesítmény és fizikai állóképesség növelésére (emelésére) vonatkozó ajánlást tartalmazó kereskedelmi kommunikációk

I. Élelmiszerre (Berocca pezsgőtabletta étrend-kiegészítő) vonatkozó kommunikációs eszközök:

Élelmiszer (étrend-kiegészítő pezsgőtabletta)			
Állítás típusa	Kommunikációs eszköz	Kereskedelmi kommunikáció szövege (aláhúzással, illetve dőlt betűvel jelölt kiegészítések az eljáró versenytanácstól)	
Első típusú állítás	kétoldalas szórólap ¹	<u>Egyik oldalon:</u> Berocca Pörgős nap? Indíts Beroccával! - Szellemi teljesítmény - Fizikai állóképesség Multivitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó étrend-kiegészítő készítmény. Az étrend-kiegészítő nem helyettesíti a kiegyensúlyozott, vegyes étrendet és egészséges életmódot. <i>Képi megjelenítés: látható a Berocca pezsgőtabletta külső csomagolása, a vízben feloldott pezsgőtabletta, illetve egy férfi, akit különböző napszakokban és tevékenységek közben jelenítenek meg.</i> <u>Másik oldalon:</u> Berocca Pörgős napod lesz? Átlagos felül kell	<u>Egyik oldalon:</u>  <u>Másik oldalon:</u>

¹ „berocca_szorolap_15x15cm_v3_ai” elnevezéssel, csak papíron benyújtva.

		teljesítened? - Indíts Beroccával! Egyedülálló formulája segít, hogy ilyenkor is helytállj és megfelelj a mindennapi kihívásoknak. - A Berocca olyan vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmaz, amelyek növelik a szellemi teljesítményt és a fizikai állóképességet. <i>Buborékokban megjelenő szövegek:</i> Nehéz prezentációt tartok Fontos ügyféllel találkozom Vacsora anyósomékkal Meetingről meetingre rohanok Napi 100 e-mailre kell válaszolnom	 The image is a screenshot of a Berocca advertisement. It features a dark green background with the Berocca logo at the top. Below the logo, there is a headline in Hungarian: "PÖRGŐS NAPOD LESZ? ÁTLAGON FELÜL KELL TELJESÍTENED?". Two bullet points follow, describing the benefits of Berocca. To the right, there is a circular graphic with the text "Napi 100 e-mailre kell válaszolnom". Below this, there are four circular bubbles containing the text: "Nehéz prezentációt tartok", "Fontos ügyféllel találkozom", "Vacsora az anyósomékkal", and "Meetingről meetingre rohanok".
--	--	--	--

roll-up (rendezvényes) ²		Pörgős nap? Indíts Berocccával! - Szellemi teljesítmény - Fizikai állóképesség Multivitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó étrend-kiegészítő készítmény. Az étrend-kiegészítő nem helyettesíti a kiegyensúlyozott, vegyes étrendet és egészséges életmódot.” <i>Képi megjelenítés: látható a Berocca pezsgőtabletta külső csomagolása, egy vízben feloldott pezsgőtabletta illetve egy férfi, akit különböző napszakokban és tevékenységek közben jelenítenek meg.</i>	
kétoldalas szórólap étrend- kiegészítő termékmintával ³		A táblázat első sorában ismertetettek szerint.	A táblázat első sorában ismertetettek szerint.

² VJ/82-42/2016., CD mellékleten és papíron.

³ „berocca_szorolap_15x15cm_termekmintavas_v3_ai” elnevezéssel.

éttermi tálcaalátét⁴	Pörgős nap? Indíts Beroccával! - Szellemi teljesítmény - Fizikai állóképesség <i>Buborékokban megjelenő szöveg:</i> Nehéz prezentációt tartok Fontos ügyféllel találkozom Vacsora anyósomékkal Meetingről meetingre rohanok Napi 100 e-mailre kell válaszolnom <i>Képi megjelenítés: látható a Berocca pezsgőtabletta külső csomagolása, valamint a vízben feloldott pezsgőtabletta.</i>	
rendezvényes installáció (kapu két oszloppal)	Pörgős nap? Indíts Beroccával! - Szellemi teljesítmény - Fizikai állóképesség <i>Buborékokban megjelenő szöveg:</i> Nehéz prezentációt tartok Fontos ügyféllel találkozom Vacsora anyósomékkal Meetingről meetingre rohanok Napi 100 e-mailre kell válaszolnom <i>Képi megjelenítés: látható egy férfi, akit különböző napszakokban és tevékenységek közben jelenítenek meg.</i>	

⁴ „talca_papir_v4_ai” elnevezéssel.

Harmadik típusú állítás	roll-up (vásárláshelyi)	Berocca Gondolkodj élesebben, cselekedj gyorsabban! - Szellemi teljesítmény - Fizikai állóképesség Multivitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó étrend-kiegészítő édesítőszerrel. Az étrend-kiegészítő nem helyettesíti a kiegyensúlyozott, vegyes étrendet és egészséges életmódot. <i>Képi megjelenítés: látható a Berocca pezsgőtabletta külső csomagolása, valamint a vízben feloldott pezsgőtabletta.</i>	 Berocca Gondolkodj élesebben, cselekedj gyorsabban! ➤ SZELLEMI TELJESÍTMÉNY ➤ FIZIKAI ÁLLÓKÉPESSÉG MULTIVITAMINOKAT ÉS ÁSVÁNYI ANYAGOKAT TARTALMAZÓ ÉTRENDKIEGÉSZÍTŐ PEZSGÓTABLETTA ÉDESÍTŐSZERREL Az étrendkiegészítő nem helyettesíti a kiegyensúlyozott, vegyes étrendet és az egészséges életmódot. Berocca Hungaria Kft., 1125 Budapest, Árpád u. 107. 1-3. emelet, 1125 Budapest, 0036 BAYER
---------------------------------------	------------------------------------	---	---

Displayre kommunikációs elem (korona)



polctálca

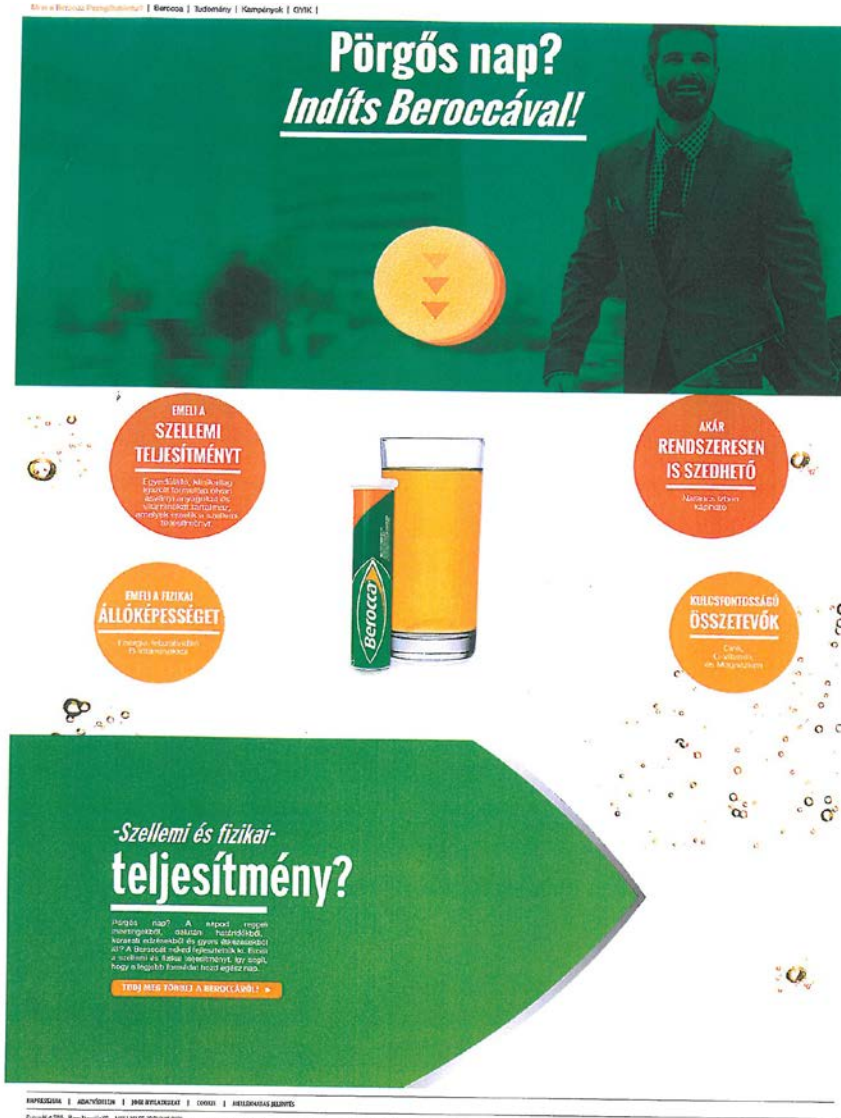


Negyedik típusú állítás	sajtóhirdetés	Berocca Pörögj rá a tudományra a Beroccával! Diákok, fejlesztők, startupok figyelem! A Berocca most egy izgalmas nemzetközi pályázatot hirdet innovatív egészség témában a Bayer Healthcare „Grants4Apps” kezdeményezésének keretén belül. Minden szoftver, hardver technológia vagy eljárás pályázható, amelyet az egészség, fizikai vagy szellemi erőnlét, a dolgozók munkahelyi aktivitásának és hatékonyságának fokozására lehet alkalmazni. Az állóképesség és a szellemi frissesség egyaránt fontos a teljesítményorientált emberek számára. A Berocca egyedülálló, klinikailag igazolt formulája emeli a szellemi teljesítményt és fizikai állóképességet <i>Pályázati információk után, a hirdetés alsó részén szereplő releváns szöveg:</i> A Berocca pezsgőtabletta multivitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó étrend-kiegészítő készítmény. Az étrend-kiegészítő nem helyettesíti a kiegyensúlyozott, vegyes étrendet és az egészséges életmódot. <i>Képi megjelenítés: a hirdetésnek a pályázati feltételeket ismertető pontjai mellett a vízben feloldott pezsgőtablettát kortyoló férfi látható.</i>	
	rádióreklám ⁵	Beroccával indítasz? Ja, kemény napom lesz. A főnök mindjárt rám tör azon ajtón, egy halom munkát dob az asztalomra, persze s.o.s., van rá, max. 1 óra. Utána egy súlyos prezentáció, onnan vissza dolgozni, besegítek a beszámolóban, Zolinak, mint mindig, egy kis kondi, végül vacsora, az anyósomékkal. A Berocca egyedülálló, klinikailag igazolt formulája (a pezsgőtabletta sziszegése hallatszik) emeli a szellemi teljesítményt és a fizikai állóképességet. Pörgős nap, indíts	—

⁵ „Berocca-Big days 30 Radio_mod” elnevezéssel.

		Beroccával. Keresd a patikákban.	
Ötödik típusú állítás	rádióreklám ⁶	Beroccával indítasz? Ja, kemény napom lesz. A főnök mindjárt rám tör azon ajtón, egy halom munkát dob az asztalomra, persze s.o.s., van rá, max. egy óra. Utána egy súlyos prezentáció, onnan vissza dolgozni, besegítek a beszámolóban, Zolinak, mint mindig, egy kis kondi, végül vacsora, az anyósomékkal. A Berocca egyedülálló összetétele (<i>a pezsgőtabletta sziszegése hallatszik</i>) segíti a szellemi és fizikai teljesítőképességet. Pörgős nap, indíts Beroccával. A Bayertől.	–

⁶ „Berocca-Big days 30 Radio_új” elnevezéssel.

Hatodik típusú állítás	honlap főoldala, „Mi is a Berocca pezsgőtabletta?” cím alatt	Pörgős nap? Indíts Beroccával! Emeli a szellemi teljesítményt. Egyedülálló, klinikailag igazolt formulája olyan ásványi anyagokat és vitaminokat tartalmaz, amelyek emelik a szellemi teljesítményt. Emeli a fizikai állóképességet. Energia felszabadító B-vitaminokkal. Akár rendszeresen is szedhető. Narancs ízben kapható. Kulcsfontosságú összetevők. Cink, C-vitamin és Magnézium. Szellemi és fizikai teljesítmény? Pörgős nap? A napod reggel meetingekből, délutáni határidőkből, koraesti edzésekből és gyors étkezésekből áll? A Beroccát neked fejlesztettük ki. Emeli a szellemi és fizikai teljesítményt. Így segít, hogy a legjobb formádat hozd egész nap. Tudj meg többet a Beroccaról!	 The advertisement is for Berocca, a sparkling effervescent tablet. It features a man in a suit on the right, a glass of orange juice in the center, and several circular callouts highlighting benefits: 'EMELI A SZELLEMI TELJESÍTMÉNYT' (Increases mental performance), 'EMELI A FIZIKAI ÁLLÓKÉPESSÉGET' (Increases physical endurance), 'AKÁR RENDSZERESEN IS SZEDHETŐ' (Can be taken regularly), and 'KULCSFONTOS SÁGÚ ÖSSZETEVŐK' (Key ingredients: Zinc, Vitamin C, Magnesium). The main headline is 'Pörgős nap? Indíts Beroccával!' (Busy day? Start with Berocca!). At the bottom, it asks 'Szellemi és fizikai teljesítmény?' (Mental and physical performance?).
--------------------------------------	---	--	---

Hetedik típusú állítás	PR cikk	Meeting, határidő, edzés, társas élet, rohanás... Az ember életében sokszor előfordul, hogy átlagon felül kell teljesítenie, ilyen esetekben bizony elkél a segítség. Legyen szó egy fontos találkozóról, egy tennivalóktól sűrű hétköznapról, vagy egy nagy horderejű megmérettetésről, egy kis támogatás mindig jól jön. A Berocca egyedülálló, klinikailag igazolt formulája segít, hogy ilyenkor is helyt állj, és megfelelj a mindennapok kihívásainak. Kinek ajánljuk? Ha a napod fontos meetingekből, szűkös határidőkből, koraesti edzésekből és gyors étkezésekből áll, a Beroccát neked fejlesztettük ki. Ha hosszú volt az éjszaka, de másnap mégis szeretnéd a legjobb formádat hozni, hívd segítségül a Beroccát! Ha szeretnél mindig egygel jobban teljesíteni, a Beroccára bátran számíthatsz. Egyedülálló formula Az állóképesség és a szellemi frissesség egyaránt fontos a teljesítményorientált emberek számára. A különböző szakmai, illetve magánéleti kihívásokban is egy lépéssel a többiek előtt járhat, aki sporttal és kiegyensúlyozott étrenddel egészséges életmódot folytat. Azonban amikor az ember nagy nyomás alatt van, kihívást jelenthet a test által igényelt, megfelelő mennyiségű vitamint és ásványi anyagot tartalmazó zöldség és gyümölcs bevitele. Ez az oka annak, hogy számos fogyasztó a Beroccához hasonló mikrotápanyag kiegészítőkhez fordul. Mi teszi a Beroccát kivételesen hatékonná? A titok a Berocca speciálisan kifejlesztett formulájában rejlik. Kulcsfontosságú összetevői az energia-felszabadító B-vitaminok, a cink, a magnézium és a C-vitamin, melyek egyedi összetétele nemcsak az idegrendszernek segít az	Meeting, határidő, edzés, társas élet, rohanás...  Promó Di. · HÍRDETÉS · 2015. március 20., péntek 12:52 · 42 · 0 Az ember életében sokszor előfordul, hogy átlagon felül kell teljesítenie, ilyen esetekben bizony elkél a segítség. Legyen szó egy fontos találkozóról, egy tennivalóktól sűrű hétköznapról, vagy egy nagy horderejű megmérettetésről, egy kis támogatás mindig jól jön. A Berocca egyedülálló, klinikailag igazolt formulája segít, hogy ilyenkor is helyt állj, és megfelelj a mindennapok kihívásainak. MŰSORVEZETŐK  Herczeg Márk  Horváth Bence A legvilágjobbabb hely a világbajnokságon  Kinek ajánljuk? Ha a napod fontos meetingekből, szűkös határidőkből, koraesti edzésekből és gyors étkezésekből áll, a Beroccát neked fejlesztettük ki. Ha hosszú volt az éjszaka, de másnap mégis szeretnéd a legjobb formádat hozni, hívd segítségül a Beroccát! Ha szeretnél mindig egygel jobban teljesíteni, a Beroccára bátran számíthatsz. Pörgös nap? Indíts Beroccával! Az innovatív összetételű Berocca olyan vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmaz, amelyek emelik a szellemi teljesítményt és a fizikai állóképességet. A Berocca így gondoskodik róla, hogy használója kreatívabban tudjon gondolkodni és gyorsabban tudjon cselekedni. Mivel hatóanyagai épp olyan teljesítményorientáltak, mint amilyen te is vagy, a Berocca segít, hogy maximális erőbedobással kezelhesd az előtted álló kihívásokat mindennap. <i>A Berocca pezsgőtabletta vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó étrend-kiegészítő készítmény. Az étrend-kiegészítő nem helyettesíti a kiegyensúlyozott, vegyes étrendet és az egészséges életmódot. Bayer Hungária Kft., 1123 Budapest, Alkotás u. 50. L.HU.CC.09.03.2015.0501</i>  Megosztás 2      
--------------------------------------	----------------	--	--

		információszállításban, de a testnek is segít abban, hogy az elfogyasztott ételt hatékony energiává alakítsa. Mindezek együttes hatása biztosítja azt a szükséges pluszt, ami segít, hogy a legjobb formádat hozd egész nap. Pörgős nap? Indíts Beroccával! Az innovatív összetételű Berocca olyan vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmaz, amelyek emelik a szellemi teljesítményt és a fizikai állóképességet. A Berocca így gondoskodik róla, hogy használója kreatívabban tudjon gondolkodni és gyorsabban tudjon cselekedni. Mivel hatóanyagai épp olyan teljesítményorientáltak, mint amilyen te is vagy, a Berocca segít, hogy maximális erőbedobással kezelhesd az előtted álló kihívásokat mindennap. A Berocca pezsgőtabletta vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó étrend-kiegészítő készítmény. Az étrend-kiegészítő nem helyettesíti a kiegyensúlyozott, vegyes étrendet és az egészséges életmódot. Bayer Hungária Kft., 1123 Budapest, Alkotás u. 50. L.HU.CC.09.03.2015.0501	
--	--	---	--

II. Gyógyszerre (Berocca Performance) vonatkozó kommunikációs eszközök

Gyógyszer (Berocca Performance)		
Kommunikációs eszköz	Kereskedelmi kommunikáció szövege	
rádióreklám ⁷	Tudtad, hogy kutatások igazolják, hogy a Berocca Performance javítja a szellemi teljesítményt, az állóképességet és a koncentrációt? A Berocca Performance filmtabletta nem tartalmaz mesterséges stimuláns, tartósítószer és cukrot sem. Kapható a patikákban. A kockázatokról és mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót, vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét.	—

⁷ „Berocca_Spot_20150619” elnevezéssel.

III. Élelmiszerre (pezsgőtabletta) és gyógyszerre (Berocca Performance) vonatkozó kommunikációs eszközök

Élelmiszer (pezsgőtabletta) és gyógyszer (Berocca Performance)			
Állítás típusa	Kommunikációs eszköz	Kereskedelmi kommunikáció szövege	
Első típusú	óriásplakát	Pörgős nap? Indíts Beroccával! - Szellemi teljesítmény - Fizikai állóképesség www.berocca.hu A Berocca Performance filmtabletta vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó vény nélkül kapható gyógyszer. A Berocca pezsgőtabletta vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó étrend-kiegészítő készítmény. Az étrend-kiegészítő nem helyettesíti a kiegyensúlyozott, vegyes étrendet és az egészséges életmódot. <i>Képi megjelenítés: látható a Berocca filmtabletta és pezsgőtabletta változatának külső csomagolása, illetve egy pohár, amelyben egy pezsgőtabletta van. A plakáton továbbá látható egy férfi, akit különböző napszakokban és tevékenységek közben jelenítenek meg.</i>	 A kockázatokról és a mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót, vagy kérdezze meg orvosát, gyógyszerészét!

	banner⁸	Pörgős nap? Indíts Berocccával! - Szellemi teljesítmény - Fizikai állóképesség <i>Képi megjelenítés: látható a Berocca filmtabletta és pezsgőtabletta változatának külső csomagolása, illetve egy pohár, amelyben egy pezsgőtabletta van. A plakáton továbbá látható egy férfi, akit különböző napszakokban és tevékenységek közben jelenítenek meg.</i> <i>Csillag (*) alatt megjelenő tájékoztatás:</i> A Berocca Performance filmtabletta vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó vény nélkül kapható gyógyszer. A Berocca pezsgőtabletta vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó étrend-kiegészítő készítmény. Az étrend-kiegészítő nem helyettesíti a kiegyensúlyozott, vegyes étrendet és az egészséges életmódot. A kockázatokról és mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót, vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét. Bayer Hungária Kft. 1123 Budapest, Alkotás út 50. <i>Képi megjelenítés: látható a Berocca filmtabletta és pezsgőtabletta változatának külső csomagolása, illetve egy pohár, amelyben egy vízben feloldott pezsgőtabletta van.</i>	A Berocca Performance filmtabletta vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó vény nélkül kapható gyógyszer. A Berocca pezsgőtabletta vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó étrend-kiegészítő készítmény. Az étrend-kiegészítő nem helyettesíti a kiegyensúlyozott, vegyes étrendet és az egészséges életmódot. Bayer Hungária Kft., 1123 Budapest, Alkotás u. 50. A kockázatokról és a mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót, vagy kérdezze meg orvosát, gyógyszerészét! 
--	---------------------------	---	--

⁸ „Berocca_VITDRNK_20032015_CEMPSALEHOUSE_90368598” és „Berocca_VITDRNK_27032015_INFINETYSALESHOUSEHOUSE_90369150” elnevezéssel.

Második típusú állítás	hirdetés	Pörgös nap? Indíts Berocccával! Berocca: Nagy dózisú vitamin készítmény a maximális teljesítményért Kinek ajánljuk? Ha a nap fontos meetingekből, szűkös határidőkből, koraesti edzésekből és gyors étkezésekből áll, vagy ha hosszú volt az éjszaka, de másnap mégis a legjobb formát kell hozni – ilyenkor jöhet segítségül a Berocca! Az, aki szeretne mindig eggyel jobban teljesíteni, a Berocára bátran számíthat. Egyedülálló formula Az állóképesség és a szellemi frissesség egyaránt fontos a teljesítményorientált emberek számára. A különböző szakmai, illetve magánéleti kihívásokban is egy lépéssel a többiek előtt járhat az, aki sporttal és kiegyensúlyozott étrenddel egészséges életmódot folytat. Azonban amikor az ember nagy nyomás alatt van, kihívást jelenthet a szervezet által igényelt, megfelelő mennyiségű vitamint és ásványi anyagot tartalmazó zöldség és gyümölcs bevitel. Ez az oka annak, hogy számos fogyasztó a Beroccahoz hasonló mikrotápanyag kiegészítőkhöz fordul. Mi tesz a Beroccat kivételessé? A titok a Berocca speciális formulájában rejlik. Kulcsfontosságú összetevői az energiatermelést segítő B-vitaminok, a cink, a magnézium és a C-vitamin. Egyedi összetétele nemcsak az idegrendszernek segít az információszállításban, de a testnek is segít abban, hogy az elfogyasztott táplálékot energiává alakítsa. Mindezek együttes hatása biztosítja azt a szükséges pluszt, ami segít, hogy a legjobb formánkat hozzuk egész nap. Az innovatív összetételű Berocca olyan vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmaz, amelyek növelik a szellemi teljesítményt és a fizikai állóképességet. A Berocca így gondoskodik róla, hogy használója jobban tudjon koncentrálni és gyorsabban tudjon cselekedni. Hatóanyagai javítják a teljesítményt, így a Berocca segít maximális erőbedobással kezelni a kihívásokat minden nap. <i>A gyógyszer doboza látható és az alatta az alábbi</i>	 PÖRGŐS NAP? INDÍTS BEROCCÁVAL! Berocca®: Nagy dózisú vitamin készítmény a maximális teljesítményért Kinek ajánljuk? Ha a nap fontos meetingekből, szűkös határidőkből, koraesti edzésekből és gyors étkezésekből áll, vagy ha hosszú volt az éjszaka, de másnap mégis a legjobb formát kell hozni – ilyenkor jöhet segítségül a Berocca! Az, aki szeretne mindig eggyel jobban teljesíteni, a Berocára bátran számíthat. Egyedülálló formula Az állóképesség és a szellemi frissesség egyaránt fontos a teljesítményorientált emberek számára. A különböző szakmai, illetve magánéleti kihívásokban is egy lépéssel a többiek előtt járhat az, aki sporttal és kiegyensúlyozott étrenddel egészséges életmódot folytat. Azonban amikor az ember nagy nyomás alatt van, kihívást jelenthet a szervezet által igényelt, megfelelő mennyiségű vitamint és ásványi anyagot tartalmazó zöldség és gyümölcs bevitel. Ez az oka annak, hogy számos fogyasztó a Beroccahoz hasonló mikrotápanyag kiegészítőkhöz fordul. Mi teszi a Beroccat kivételessé? A titok a Berocca speciális formulájában rejlik. Kulcsfontosságú összetevői az energiatermelést segítő B-vitaminok, a cink, a magnézium és a C-vitamin. Egyedi összetétele nemcsak az idegrendszernek segít az információszállításban, de a testnek is segít abban, hogy az elfogyasztott táplálékot energiává alakítsa. Mindezek együttes hatása biztosítja azt a szükséges pluszt, ami segít, hogy a legjobb formánkat hozzuk egész nap. Az innovatív összetételű Berocca olyan vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmaz, amelyek növelik a szellemi teljesítményt és a fizikai állóképességet. A Berocca így gondoskodik róla, hogy használója jobban tudjon koncentrálni és gyorsabban tudjon cselekedni. Hatóanyagai javítják a teljesítményt, így a Berocca segít maximális erőbedobással kezelni a kihívásokat mindennap.  EP időigényes napokhoz! 30 db-os filmtabletta A Berocca Performance filmtabletta vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó, vény nélkül kapható gyógyszer. 15 és 30 db-os pezsgőtabletta A Berocca pezsgőtabletta vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó, étrend-kiegészítő készítmény. A kockázatokról és a mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót, vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét! Az étrend-kiegészítő nem helyettesíti a kiegyensúlyozott, vegyes étrendet és az egészséges életmódot.
--------------------------------------	-----------------	---	---

		<i>tájékoztató:</i> 30 db-os filmdoboz, a Berocca filmdoboz vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó vény nélkül kapható gyógyszer. A pezsgőtabletta doboza látható és az alatta az alábbi tájékoztató: 15 és 30 db-os pezsgőtabletta, a Berocca pezsgőtabletta vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó étrend-kiegészítő készítmény. A kockázatokról és mellékhatásokról olvassa el a beteg tájékoztatót, vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét. Az étrend-kiegészítő nem helyettesíti a kiegyensúlyozott, vegyes étrendet és az egészséges életmódot. <i>Képi megjelenítés: látható a Berocca filmdoboz és pezsgőtabletta változatának külső csomagolása, illetve egy férfi, akit különböző napszakokban és tevékenységek közben jelenítenek meg.</i>	
--	--	--	--

Harmadik típusú állítás	atrap⁹	Berocca Gondolkodj élesebben, cselekedj gyorsabban! - Szellemi teljesítmény - Fizikai állóképesség <i>Képi megjelenítés: látható a Berocca filmtabletta és pezsgőtabletta változatának külső csomagolása, illetve egy pohár, amelyben egy pezsgőtabletta van.</i> A Berocca Performance filmtabletta vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó vény nélkül kapható gyógyszer. A Berocca pezsgőtabletta vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó étrend-kiegészítő készítmény. Az étrend kiegészítő nem helyettesíti a kiegyensúlyozott, vegyes étrendet és az egészséges életmódot. A kockázatokról és mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót, vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét. Bayer Hungária Kft. 1123 Budapest, Alkotás út 50.	 The advertisement is for Berocca. It has a green and orange color scheme. At the top, the Berocca logo is shown. Below it, the slogan 'Gondolkodj élesebben, cselekedj gyorsabban!' is written in white. Two arrows point to the text 'SZELLEMI TELJESÍTMÉNY' and 'FIZIKAI ÁLLÓKÉPESÉG'. In the center, there are images of Berocca Performance film-coated tablets and Berocca effervescent tablets, along with a glass of orange juice. At the bottom, it says 'MULTIVITAMINOKAT ÉS ÁSVÁNYI ANYAGOKAT TARTALMAZÓ FILMTABLETTA ÉS PEZSGŐTABLETTA'. On the right side, there is a vertical text: 'ÚJ', 'BAYER', and 'Bayer Hungária Kft. 1123 Budapest, Alkotás u. 50. L.H.U.C. 16.09.2014.0245'.
---------------------------------------	--------------------------	---	--

⁹ „Bayer_Berocca_atrap_print_pdf” elnevezéssel.

	Lama Display		
Ötödik típusú állítás	honlap aloldal	<u>A „Berocca” cím alatt elérhet aloldal releváns része az alábbi:</u> Gondolkodj élesebben, cselekedj gyorsabban! Berocca A Beroccat arra tervezték, hogy emelje a szellemi és fizikai teljesítményt. Mindez azért lehetséges, mert egyedi formulájának összetevői épp olyan teljesítményorientáltak, mint te.	<u>A „Berocca” cím alatt elérhető aloldal releváns része az alábbi:</u>

A Berocca Performance filmtabletta vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó vény nélkül kapható gyógyszer. A kockázatokról és mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót, vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét

A Berocca pezsgőtabletta vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó étrend-kiegészítő készítmény. Az étrend kiegészítő nem helyettesíti a kiegyensúlyozott, vegyes étrendet és az egészséges életmódot.

Gondolkodj előrehaladottan, cselekedj gyorsabban!
BEROCCA®

A Berocca® arra hivatkozik, hogy orvosi és sportolási célra is alkalmas a Berocca® filmtablettát. Ma már az is tudható, hogy a Berocca® filmtablettát nemcsak a sportolók, hanem a munkásságuk során is használhatják, mert az a szervezetük számára is hasznos.

TÉNYEK

- Filmtabletta vagy pezsgőtabletta
- Ez a Berocca® filmtabletta
- Alkalmas a sportolásra és a munkára
- Cukor, szénhidrát és szénhidrát nem tartalmaz

TUDTAD?

Az egészséges életmódhoz a Berocca® filmtablettát is használhatják, mert az a szervezetük számára is hasznos. Az egészséges életmódhoz a Berocca® filmtablettát is használhatják, mert az a szervezetük számára is hasznos.

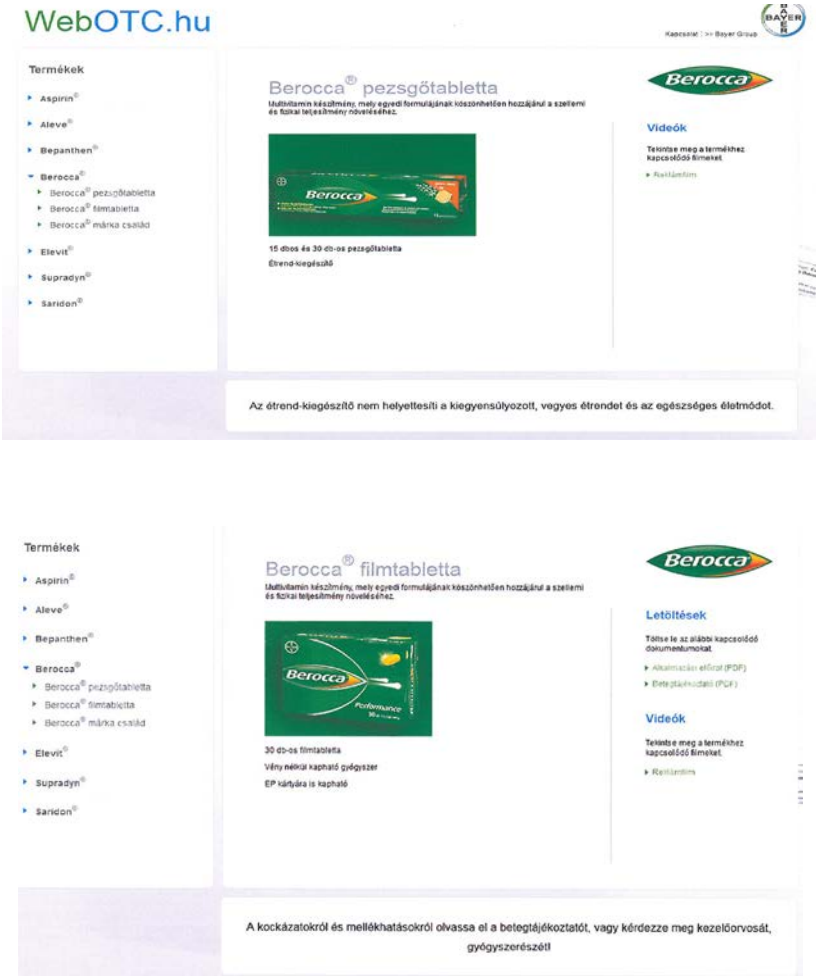
EGY TABLETTA TARTALMA	BEROCCA® PEZSGŐTABLETTA	BEROCCA® PERFORMANCE FILMTABLETTA
Fructosus	500 mg	500 mg
Evaresin (B1-vitamin)	118 mg	15 mg
Glucose (B2-vitamin)	17 mg	15 mg
Ascorbic acid (B3-vitamin)	50 mg	50 mg
Dehydroascorbic acid	5.23 mg	15 mg
B12-Vitamin	10 µg	10 µg
Pyridoxine	2.5 mg	2.5 mg
Biotin	150 µg	150 µg
Folic acid	400 µg	400 µg
Calcium	100 mg	100 mg
Magnesium	500 mg	500 mg
Iron	10 mg	10 mg

A „GYIK cím alatt elérhető aloldal releváns része az alábbi:

A Berocca pezsgőtabletta vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó vízben oldódó ízesített pezsgőtabletta. A Berocca Performance filmtabletta vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó, vény nélkül kapható gyógyszer.

Az innovatív összetételű pezsgőtabletta és Berocca Performance filmtabletta egyaránt olyan vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmaz, amelyek hozzájárulnak a szellemi teljesítmény és fizikai állóképesség javulásához. Naponta egy tablettával vagy pezsgőtablettával egészséges úton járhatsz, mindig egy lépéssel mások előtt.

[illegible]

Hatodik típusú állítás	kereskedelmi prezentáció	<u>A kereskedelmi prezentáció releváns része az alábbi:</u> Berocca pezsgőtabletta Multivitamin készítmény, mely egyedi formulájának köszönhetően hozzájárul a szellemi és fizikai teljesítmény növeléséhez. Étrend-kiegészítő Berocca filmtabletta Multivitamin készítmény, mely egyedi formulájának köszönhetően hozzájárul a szellemi és fizikai teljesítmény növeléséhez. Vény nélkül kapható gyógyszer	 The image displays two screenshots of the WebOTC.hu website, specifically the product pages for Berocca. The top screenshot shows the page for 'Berocca® pezsgőtabletta', which is a 15 and 30 tablets product. The bottom screenshot shows the page for 'Berocca® filmtabletta', which is a 30 tablets product. Both pages feature a sidebar with a list of products, including Aspirin®, Aleve®, Bepanthen®, Berocca®, Elevit®, Supradyn®, and Sardon®. The main content area includes the product name, a description of the product as a multivitamin preparation, and a list of benefits. The bottom of each page contains a disclaimer about the product not being a substitute for a balanced diet and the importance of consulting a doctor.
--------------------------------------	---------------------------------	--	--

Berocca azoknak, akik gyors élettempóhoz szoktak: élesebben akarnak gondolkodni és gyorsabban cselekedni. A keményen dolgozó férfiaknak és nőknek szükségük van a magas szintű szellemi és fizikai teljesítőképességre.”.

A hivatkozott részhez kapcsolódó, több diával később elhelyezett tájékoztatás:

Nagy dózisban tartalmaz B- és C-vitaminokat illetve ásványi anyagokat, melyeknek kiemelkedő szerepük van a szervezet energiatermelő folyamatainak támogatásában.

Berocca® azoknak, akik gyors élettempóhoz szoktak: élesebben akarnak gondolkodni és gyorsabban cselekedni

A keményen dolgozó férfiaknak és nőknek szükségük van a magas szintű szellemi és fizikai teljesítőképességre.



Berocca

A kockázatokról és a mellékhatásokról olvassa el a beteg tájékoztatót, vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét!

A hivatkozott részhez kapcsolódó, több diával később elhelyezett tájékoztatás:

Nagy dózisban tartalmaz B- és C-vitaminokat illetve ásványi anyagokat, melyeknek kiemelkedő szerepük van a szervezet energiatermelő folyamatainak támogatásában

	Összetevő	Berocca®	Egy pezsgőtabletta tartalma az RDA %-ában
Vitaminok	B1-vitamin (tiamin)	15mg	1 364%
	B2-vitamin (riboflavin)	15mg	1 071%
	B3-vitamin (niacin/nikotinamid)	50mg	313%
	B5-vitamin (pantoténsav)	23mg	384%
	B6-vitamin (piridoxin)	8.23mg	588%
	B9-vitamin (folsav)	400µg	200%
	B12-vitamin (kobalamin)	10µg	400%
	B7-vitamin (biotin)	150µg	300%
	C-vitamin	500mg	625%
Ásványi anyagok	Kalcium	100mg	13%
	Magnézium	100mg	27%
	Cink	10mg	100%

A vitamin összetevők mennyisége minden esetben fedezi a napi szükségletet, de jóval a tolerálható maximális szint alatt van.

RDA: Ajánlott napi bevitel

Berocca

A kockázatokról és a mellékhatásokról olvassa el a beteg tájékoztatót, vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét!

Egyéb

releváns on-line hirdetések

B-vitamin

Berocca B-vitaminnal a jobb teljesítményért

berocca.hu/B-vitamin

-

		B-vitaminnal egészségesen Fokozd fizikai teljesítményed B-vitaminnal: Berocca berocca.hu/B-vitamin	
		Állóképesség-növelés Növeld állóképességedet komplex multivitaminnal! berocca.hu/Állóképesség	
		A jobb teljesítményért Elfáradtál? Hozz ki magadból többet erre fejlesztett multivitaminnal Berocca.hu/Pezsgőtabletta	

B. Kizárólag a termékkategória jelölése szempontjából releváns kereskedelmi kommunikációk

A termékkategória jelölése szempontjából releváns kereskedelmi kommunikációk		
Kommunikációs eszköz	Kereskedelmi kommunikáció szövege	
plakát (akciós)	Bevezető ár Pörgős nap? Indíts Berocccával! Berocca pezsgőtabletta doboza, mellette: „Eredeti ár”, kedvezményes ár”, Berocca Performance doboza, mellette: „Eredeti ár”, „kedvezményes ár” www.berocca.hu A Berocca Performance filmtabletta vény nélkül kapható gyógyszer. A Berocca pezsgőtabletta étrend-kiegészítő készítmény. Az étrend kiegészítő nem helyettesíti a kiegyensúlyozott, vegyes étrendet és az egészséges életmódot. Bayer Hungária Kft. 1123 Budapest, Alkotás út 50. A kockázatokról és mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót, vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét.	 A kockázatokról és a mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót, vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét!

patikai ablak fólia

Pörgős nap? Indíts Berocccával!

www.berocca.hu

Képi megjelenítés: látható a Berocca filmtabletta és pezsgőtabletta változatának külső csomagolása, egy pohár, amelyben egy vízben feloldott pezsgőtabletta van, illetve egy férfi, akit különböző napszakokban és tevékenységek közben jelenítenek meg.

A Berocca Performance vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó filmtabletta vény nélkül kapható gyógyszer. A Berocca pezsgőtabletta vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó étrend-kiegészítő készítmény. Az étrend kiegészítő nem helyettesíti a kiegyensúlyozott, vegyes étrendet és az egészséges életmódot.

Bayer Hungária Kft. 1123 Budapest, Alkotás út 50.

A kockázatokról és mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót, vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét.

**PÖRGŐS NAP?
INDÍTS
BEROCCÁVAL!**

www.berocca.hu

A Berocca Performance filmtabletta vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó vény nélkül kapható gyógyszer. A Berocca pezsgőtabletta vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó étrend-kiegészítő készítmény. Az étrend-kiegészítő nem helyettesíti a kiegyensúlyozott, vegyes étrendet és az egészséges életmódot. Bayer Hungária Kft., 1123 Budapest, Alkotás út 50. L.H.U.CC.DK.12.2014.0407

BAYER

A kockázatokról és a mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót, vagy kérdezze meg orvosát, gyógyszerészét!

aláíró tolltartóhoz
betétlap

Az előző sorban ismertetettek szerint.

aláírópad

Az előző sorban ismertetettek szerint.

világító tábla

Az előző sorban ismertetettek szerint.

épületháló

Az előző sorban ismertetettek szerint.

banner	Keresd a patikákban! Pörgős nap? Indíts Berocccával! Berocca* *A Berocca pezsgőtabletta vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó étrend-kiegészítő készítmény. Az étrend kiegészítő nem helyettesíti a kiegyensúlyozott, vegyes étrendet és az egészséges életmódot. Bayer Hungária Kft. 1123 Budapest, Alkotás út 50. Látható a pezsgőtabletta és a gyógyszer doboza, valamint a vízben feloldott pezsgőtabletta képe.	A Berocca pezsgőtabletta vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmazó étrend-kiegészítő készítmény. Az étrend-kiegészítő nem helyettesíti a kiegyensúlyozott, vegyes étrendet és az egészséges életmódot. Bayer Hungária Kft. 1123 Budapest, Alkotás út 50.  The banner features a green background. On the left, there is a glass of water with a yellow effervescent tablet dissolving in it, and two boxes of Berocca tablets. The text 'KERESD A PATIKÁKBAN!' is written in white on an orange banner at the top left. The main headline 'PÖRGŐS NAP? INDÍTS BEROCCÁVAL!' is in large, bold, white letters. The Berocca logo is on the right, with a small star above it. In the bottom right corner, there is a small circular logo with the text 'BAYER' and 'HUNGÁRIA'.
---------------	--	--

2. számú melléklet

A vizsgált kereskedelmi gyakorlattal elért előny

Az alábbi táblázat tartalmazza, hogy az eljárás alá vont az érintett termékeket mikortól forgalmazza, s azokból a forgalmazás teljes időszakában mekkora árbevételre tett szert.

	Értékesítésből származó bevétel (Ft) ¹⁰													
	2014.			2015.										
	Nov.	Dec.	Jan.	Febr.	Márc.	Ápr.	Máj.	Jún.	Júl.	Aug.	Szept.	Okt.	Nov.	Dec.
Berocca Performance	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]
Berocca pezsgő-tabletta 15 db-os kiszerelés	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]
Berocca pezsgő-tabletta 30 db-os kiszerelés	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]
Összesen:	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]
2016.														
			Jan.	Febr.	Márc.	Ápr.	Máj.	Jún.	Júl.	Aug.	Szept.	Okt.	Nov.	Dec.
Berocca Performance			[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]
Berocca pezsgő-tabletta 15 db-os kiszerelés			[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]
Berocca pezsgő-tabletta 30 db-os kiszerelés			[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]

¹⁰ VJ/82-2/2016., 5. melléklet.

[illegible]