

1054 Budapest, Alkotmány u. 5.
Levélcím: 1245, Budapest 5. Pf. 1036
Telefon: (06-1) 472-8865
Ügyszám: VJ/25/2019.
Iktatószám: VJ/25-76/2019.

Betekinthető változat!

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa az Oppenheim Ügyvédi Iroda (1053 Budapest, Károlyi utca 12.; eljáró ügyvéd: dr. M. Z.) által képviselt **Sun System Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.** (1188 Budapest, Kancsó utca 7.) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt indult versenyfelügyeleti eljárásban – zárt tárgyalást követően – meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t .

Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a Sun System Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor a Chocolate Brown szoláriumokat illetve szolárium csöveket egyes kommunikációs eszközökön akként népszerűsítette, hogy azáltal megtévesztő módon azt sugallta a fogyasztóknak, hogy a saját üzemeltetésében lévő illetőleg a franchise hálózatába tartozó szoláriumok

- egészségesek (2016 tavaszától kezdődően),
- bőrkímélők (2017 novemberétől kezdődően),
- hozzájárulnak az egészség megőrzéséhez azáltal, hogy „1,7 perc alatt 1000 NE” D-vitamint termelnek (2015 februárjától kezdődően),
- az egészségi állapot megőrzésével, javításával, a betegségek megelőzésével, kockázatuk csökkentésével kapcsolatos hatásokkal rendelkeznek, különösen az influenza elleni védekezéssel összefüggésben,

noha a tudomány jelenlegi állása szerint a szoláriumozás – a bőrrák kialakulásának fokozott veszélye folytán – hosszabb távon kedvezőtlen hatást gyakorol az egészségre és gyorsítja a bőr öregedését.

Az eljáró versenytanács a fenti jogsértés miatt a Sun System Kft.-t a jelen határozat mellékletében foglalt kötelezettségek teljesítésére kötelezi.

A határozat ellen a kézhezvételtől számított 30 napon belül közigazgatási per indítható. A keresetlevelet a Gazdasági Versenyhivatalnál kell benyújtani elektronikusan az erre rendszeresített űrlap¹ használatával, mely a Gazdasági Versenyhivatal honlapján érhető el. A Gazdasági Versenyhivatal a keresetet az ügy irataival együtt továbbítja a közigazgatási perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező Fővárosi Törvényszéknek. A törvényszék eljárásában a jogi képviselet kötelező.

¹ http://www.gvh.hu/data/cms1041089/GVH_gvh_k01_19_01.jar

Indokolás

I.

A vizsgálat indításának körülményei

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) 2019. június 28-án versenyfelügyeleti eljárást indított² a Sun System Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. (a továbbiakban: Sun System vagy eljárás alá vont) ellen, miután észlelte, hogy az eljárás alá vont 2015 februárjától kezdődően a „Chocolate Brown”, illetve „Csokicső” megnevezésű szoláriumcsövekkel érintett szolárium szolgáltatást népszerűsítő kommunikációs eszközein valószínűsíthetően nem megalapozottan, a fogyasztók megtévesztésére alkalmas módon tüntette fel az „egészség”, „egészséges”, „bőrkímélő”, „1,7 perc alatt 1000NE D-vitamin!” és az ezekkel azonos jelentéssel bíró állításokat. Az ügyindító végzés megfogalmazása szerint az eljárás alá vont vállalkozás által alkalmazott kommunikációs gyakorlat valószínűsíthetően valótlan információt tartalmaz, illetve valós tény – figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére – olyan módon jelenít meg, hogy az valószínűsíthetően alkalmas arra, hogy megtévesztő módon azt a látszatot keltse a fogyasztó számára, hogy a „Chocolate Brown” szoláriumcsöveket alkalmazó szoláriumok használatával az emberi szervezetre nem káros vagy kevésbé káros módon szoláriumozhat. A Sun System ezen magatartása ezért az ügyindító végzés értelmében valószínűsíthetően alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az áru lényeges jellemzői tekintetében, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítse, amelyet egyébként nem hozott volna meg.
2. A fentiekkel az eljárás alá vont vállalkozás a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 6. § (1) bekezdésének b) pontjában foglalt tényállás megvalósításával valószínűsíthetően megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat.
3. A vizsgálat 2019. december 2-án terjesztette az eljáró versenytanács elé a vizsgálati jelentést³ és az eljárás iratait, ezzel az eljárás a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv. 47. § (2) bekezdése alapján versenytanácsai szakaszba került.
4. Az eljáró versenytanács 2020. január 31-én közölte az eljárás alá vonttal előzetes álláspontját,⁴ melyre vonatkozó eljárás alá vonti észrevételek⁵ 2020. március 5-én érkeztek a GVH-hoz.
5. 2020. április 8-án kelt végzésével⁶ az eljáró versenytanács az eljárás iratait az eljárás kiterjesztése és a tényállás tisztázásához szükséges további vizsgálat céljából a vizsgálatnak visszaadta.
6. A vizsgáló 2020. április 15-én kelt végzésével⁷ az eljárást kiterjesztette annak vizsgálatára, hogy az eljárás alá vont kereskedelmi kommunikációja során az egészségi állapot megőrzésével, javításával, a betegségek megelőzésével, kockázatuk csökkentésével, különösen az influenza elleni védekezéssel kapcsolatos, valamint az ezekkel azonos tartalmú állítások közzétételével megvalósította-e az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pont bj)

² VJ/25/2019.

³ VJ/25-30/2019., eljárás alá vont számára betekinhető iratváltozat: VJ/25-31/2019.

⁴ VJ/25-37/2019., betekinhető iratváltozat: VJ/25-39/2019.

⁵ VJ/25-44/2019.

⁶ VJ/25-47/2019.

⁷ VJ/25-48/2019.

alpontjában foglalt tényállást, és ezzel megsértette-e az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat.

7. A vizsgálat 2020. július 13-án terjesztette az eljáró versenytanács elé a kiegészítő vizsgálati jelentést⁸ és az eljárás iratait, ezzel az eljárás a Tpv. 47. § (2) bekezdése alapján ismételtlen versenytanácsi szakaszba került.
8. Az eljáró versenytanács 2020. augusztus 3-án közölte az eljárás alá vonttal kiegészítő előzetes álláspontját,⁹ melyre vonatkozóan az eljárás alá vont részletes észrevételeket¹⁰ tett. Az eljárás alá vont kérelmére az eljáró versenytanács 2020. szeptember tárgyalást tartott.¹¹

II.

Az eljárás alá vont vállalkozás

9. A Sun System 2005-ben alakult, fő tevékenysége szolárium gépek, alkatrészek, csövek, kozmetikumok és egyéb, szoláriumozáshoz kapcsolódó kiegészítők nagykereskedelme. Emellett saját üzemeltetésű szolárium stúdiókkal is rendelkezik (Miskolcon, Egerben, Győrben, Szegeden és 2 budapesti helyszínen),¹² illetve a Chocolate Brown franchise rendszer gazdája.¹³
10. A Sun System nettó árbevétele 2019-ben 1.145.226.000 Ft volt.¹⁴ A vizsgált időszakban a különböző tevékenységekből realizált bevételek az alábbiak szerint alakultak:¹⁵

Év	Szoláriumcső forgalmazás	Szoláriumszalón üzemeltetés	Franchise tagdíjak
2015	[ÜZLETI TITOK]	119.631.126 Ft	[ÜZLETI TITOK]
2016	[ÜZLETI TITOK]	124.954.973 Ft	[ÜZLETI TITOK]
2017	[ÜZLETI TITOK]	162.244.375 Ft	[ÜZLETI TITOK]
2018	[ÜZLETI TITOK]	178.294.480 Ft	[ÜZLETI TITOK]
2019	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]
2020 márciusig	n.a.	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]

11. Nyilatkozata és a csatolt adatok tanúsága szerint a Sun System a kis- és középvállalkozásokról, fejlődésük támogatásáról szóló 2004. évi XXXIV. törvény értelmében KKV-nak minősül.¹⁶
12. Az eljárás alá vonttal szemben a GVH korábban VJ/87/2010. számon folytatott eljárást, amelyet lezáró, 2011. május 17-én kelt döntésében az eljáró versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont megsértette a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvény (a továbbiakban: Grt.) 12. §-ának (1) bekezdését, amikor a TAN-BIZ magazin 2009. márciusi és októberi számában, a Beauty Forum magazin 2009. szeptemberi és októberi számában megjelent reklámjaiban azt

⁸ VJ/25-62/2019., betekinhető iratváltozat: VJ/25-63/2019.

⁹ VJ/25-64/2019., betekinhető iratváltozat: VJ/25-65/2019.

¹⁰ VJ/25-69/2015., VJ/25-72/2019.

¹¹ VJ/25-70/2019.

¹² VJ/25-18/2019.

¹³ VJ/25-5/2019.

¹⁴ Forrás: <https://e-beszamolo.im.gov.hu>

¹⁵ VJ/25-5/2019., VJ/25-28/2019.

¹⁶ VJ/25-28/2019.

állította, hogy a Clean Express szolárium-fertőtlenítőszer a HIV, Hepatitis és H1N1 vírusok ellen hatásos védelmet biztosít. Megállapítást nyert továbbá, hogy a Sun System megsértette a Grt. 12. §-ának (1) bekezdését, amikor a www.csokicso.hu weboldalon 2009 novembere és 2010 szeptembere között, a TAN-BIZ magazin 2009. márciusi, áprilisi és szeptemberi számában, a Beauty Forum magazin 2009. szeptemberi és októberi számában megjelent reklámjaiban azt az üzenetet közvetítette, hogy az általa forgalmazott Chocolate Brown szoláriumcsövek bőrkárosító hatása elhanyagolható, illetve a forgalomban lévő termékek közül a legcsekélyebb. A GVH bírságot nem szabott ki az ügyben, mivel az eljárás alá vont magatartásának felrőhatóságát csekély fokúnak ítélte, valamint figyelemmel arra, hogy az eljárás alá vont az eljárás megindítása után a kifogásolt magatartással felhagyott.

III.

Az érintett termék és piac

III.1. A kereskedelmi gyakorlattal érintett szolgáltatás

13. A jelen eljárásban vizsgált kereskedelmi gyakorlat a „Chocolate Brown” illetve „Csokicső” megnevezésű csövekkel ellátott, illetőleg a Csokiszolárium hálózatba tartozó szoláriumok népszerűsítését szolgálta, így a közvetlenül érintett szolgáltatás a szoláriumok üzemeltetése, a fogyasztók oldaláról azok használata. A napágyak használói mindazon személyek lehetnek, akik kedvelik, ha évszaktól és időjárástól függetlenül napbarnított színű a bőrük.
14. Az eljárás alá vont nyilatkozata¹⁷ szerint a vizsgált szolgáltatást jellemzően felnőtt, 50 év alatti személyek veszik igénybe, s az érintett célcsoport jellemzően olyan fogyasztókat foglal magában, akik magasabb fogyasztói tudatossággal rendelkeznek a szolárium használatával kapcsolatban. Előadta, hogy e fogyasztók tipikusan megfelelő információkkal rendelkeznek a szolárium igénybevételével történő barnulást illetően. Előadta továbbá, hogy a Chocolate Brown Csokiszolárium hálózat üzleteiben dolgozó pultosok képezve vannak (az EN 16489 figyelembevételével), így folyamatosan edukálják a vendégeket a helyes használat és a lehetséges veszélyek tekintetében.
15. Más vélemények¹⁸ szerint ugyanakkor a keresleti oldal egyértelmű jellemzője ebben a szektorban is – a magyarországi ár- és bérvizonyoknak megfelelően – az ár tényező dominanciája. A fogyasztók jellemzően a lehetséges egészségügyi hatásokat figyelmen kívül hagyva az egységnyi árért a gyorsabb barnulást ígérő szolárium szalonokat keresik elsősorban. Az elvárt kozmetikai hatás mellett (a bőr barnább színárnyalatának elérése) ugyanakkor sok fogyasztó számára egy sajátos kikapcsolódást, feltöltődést és relaxációt is jelent ez a szolgáltatás. Ebből fakadóan ma már nem azonosítható egyértelműen életkor, nemek vagy más szempont szerint a célcsoport.
16. Egy budapesti szoláriumhasználók szokásait feltérképező kutatás¹⁹ megállapításai szerint a szoláriumozók túlnyomó többsége (86%) rendszeres használó, fő motivációjuk, hogy a szoláriumozás jó közérzetet okoz számukra, illetve több, a barna bőrszínnel kapcsolatos pozitív tulajdonságot említettek (szeretik, ha egész évben barna a bőrük, ez növeli

¹⁷ VJ/25-5/2019.

¹⁸ B/219-26/2019. (VJ/25-36/2019. 3. sz. melléklet)

¹⁹ Bakos József, Szabó Judit, Thuróczy György (OKK OSSKI): Budapesti szolárium használók ismereteinek és szokásainak kérdőíves felmérése; <https://docplayer.hu/10054288-Budapesti-szolarium-hasznalok-ismereteinek-es-szokasainak-kerdoives-felmerese-bakos-jozsef-szabo-judit-thuroczy-gyorgy-okk-osski.html> (VJ/25-35/2019.)

önbecsülésüket, ezáltal elérhetik a vágyott szépségideált). A szoláriumozással kapcsolatos ismeretek fő forrásaként (60% fölötti értékkel) a médiát jelölték meg, a szolárium szalonok és az egyéb lehetőségek szerepe a tájékozódásban külön-külön 20-30% körüli súlyt képviselt. Az orvos és az iskola szerepe 10-20% között alakult. Bár a szoláriumozók közül 85% hallott a káros hatásokról, 85% tudja, hogy a bőrt öregíti, és 50% annak is tudatában van, hogy a szoláriumozás a bőrrák kockázatának növekedésével jár, ennek ellenére csak 4 - 8% tartja az egészségre károsnak a szoláriumozást.

III.2. Szabályozási környezet

17. A szoláriumgépek, illetve szoláriumcsövek a meghatározott feszültséghatáron belüli használatra tervezett villamossági termékek forgalmazásáról, biztonsági követelményeiről és az azoknak való megfelelésértékeléséről szóló 23/2016. (VII. 7.) NGM rendelet (a továbbiakban: NGM rendelet) 2. § 15. pontja alapján villamossági termékeknek minősülnek. Az NGM rendelet 3. §-ának (1) bekezdése szerint villamossági termék az uniós piacon kizárólag akkor forgalmazható, ha azt a hatályos uniós biztonsági rendelkezésekre vonatkozó helyes műszaki gyakorlattal összhangban állították elő, valamint nem veszélyezteti a személyek és háziállatok egészségét, biztonságát és a vagyonbiztonságot. Ugyanezen rendelet 11. §-a alapján arról a villamossági termékről, amely megfelel a vonatkozó harmonizált szabványoknak, illetve azok egy részének, vélelmezni kell, hogy megfelel a szabványok vagy azok részei által meghatározott, a 3. §-ban és a 2. mellékletben meghatározott biztonsági követelményeknek. A bőr ultraibolya és infravörös besugárzására használt készülékek követelményeire vonatkozó MSZ EN 60335-2-27:2014 jelzésű szabvány szerint a napágyak erythemásan súlyozott besugárzott felületi teljesítménye nem haladhatja meg a 0,3 W/m² értéket.
18. A szabvány előírásai értelmében az üzemeltetőnek kötelező tájékoztató szöveget elhelyeznie a berendezésen vagy az a melletti falon, a következő szövegezéssel: „Figyelem! Az ultraibolya sugárzás szemsérülést és bőrsérülést okozhat, mint például a bőr öregedése és esetlegesen bőrrák. További felvilágosításért forduljon a személyzethez! Viselje a kapott védőöszemüveget! Bizonyos gyógyszerek és kozmetikumok növelhetik az érzékenységet.”²⁰

III.3. Piaci szereplők

19. Hazánkban az 1980-as években kezdett elterjedni a szoláriumok használata, kezdetleges körülmények között, főként egy-egy külföldről importált, nem professzionális használatra, hanem otthoni célra gyártott, főként német eredetű kisebb géppel, elsősorban kozmetikák, fodrászatok „melléküzletágaként”. Az 1990-es éveket az jellemezte, hogy néhány cég már nagyobb léptékben kezdte el a gépek importját, és megnyíltak az első szolárium szalonok, amelyek már kifejezetten csak ezt a szolgáltatást nyújtották a vendégeknek (pl. Hollandimpex). A 2000-es évek első felében elkezdődött a hálózatba szervezett szoláriumok elterjedése (pl. az azóta megszűnt SoliSun), de ebben az időszakban főként (csak) az egységes név alkalmazása volt a jellemző. Erre az időszakra tehető, hogy tömegesen megjelentek a teljesen önálló, független szolárium szalonok, amelyek nem kötődtek sem arculatban, névben, géptípusokban vagy bármely jellemzőjükben egyik rendszerhez vagy gyártóhoz sem. Ezek száma ma is rendkívül magas (kb. 2000), véletlenszerűen fellelhetők, a legtöbb esetben nem rendelkeznek weboldallal, nem tudhatja a vendég, hogy milyen szervezet áll a háttérben. Néhány évvel később, különféle

²⁰ VJ/25-9/2019. E/8. melléklet (sugárvédelmi szakvélemény)

koncepciók alapján kialakultak a franchise alapon működő szolárium hálózatok (pl. Chocolate Brown, KiwiSun), amelyek mára a piac jelentős részét képviselik.²¹

20. A Sun System nyilatkozata szerint a szolárium üzemeltetési tevékenységi körében 6 szolárium stúdiót üzemeltet, emellett pedig működteti a Chocolate Brown elnevezésű franchise rendszert, melynek keretében a franchise tagok a Sun Systemtől független vállalkozásokként saját felelősségükre és költségükre működtetik a szolárium stúdióikat (összesen [ÜZLETI TITOK] db) országszerte a franchise szerződésben foglalt rendelkezéseknek megfelelően. A Sun System előadta továbbá, hogy a szolárium üzemeltetés piacán, szintén franchise rendszerben jelen van több más vállalkozás is, amelyek közül az egyik leginkább jelentős a Black Care Kft. és a Fox Consulting Kft. által közösen üzemeltetett KiwiSun.²²
21. A Sun System a fentiek mellett aktív a szolárium gépek, szolárium alkatrészek, szoláriumcsövek, szolárium kozmetikumok és egyéb, a szoláriumokhoz kapcsolódó kiegészítők forgalmazásának és a szolárium gépek szervizelésének piacán. Az eljárás alá vont előadta, hogy ezen a piacon versenytársa többek között a Hollandimpex Kft., a Black Care Kft., a Linea Africa Kft., a Robert Solar Kft., a Sun Royal Kft., a Q10 Sol Kft., az Ergoline Magyarország Kft., az E-sun Kft., a Tanning Light Kft. (amely a Megasun szolárium gépek kizárólagos forgalmazója), a Socotex Kft., a Fényirány 2010 Kft. és az A-NORAL-TRADE Kft. által működtetett Solar Trade.²³

IV.

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

IV.1. Az eljárás alá vont kommunikációs gyakorlata általában

22. A Sun System előadta, hogy a Chocolate Brown franchise rendszerhez tartozó szoláriumszolgáltatás Magyarországon történő népszerűsítésére alkalmazott kereskedelmi kommunikáció elsősorban rádióban és televízióban zajlik. Az online felületeken történő kommunikáció nem része a központi marketingnek, mert az azokkal történő elérések száma ezrelékes nagyságrend a fő kommunikációs csatornákhöz képest.²⁴ A Sun System előadta, hogy már több éve együttműködési megállapodása van médiaszolgáltató vállalkozásokkal,²⁵ akik elkészítik és közzé is teszik a reklámokat. Nyilatkozata szerint a médiapartnerek saját produktumokat állítanak elő, a készterméket jóváhagyás után kezdik el terjeszteni a megállapodásnak megfelelően.²⁶
23. A megjelenési és költségadatokat kapcsán a Sun System megjegyezte, hogy az egyes rádióspotokra vonatkozó pontos és egyedi információkat (különösen az eltelt időre tekintettel) nem tudott fellelni. Ezért akként nyilatkozott, hogy évente hozzávetőlegesen [ÜZLETI TITOK] +ÁFA volt a rádióreklámokra vonatkozó releváns költség.²⁷
24. Az eljárás alá vont előadta továbbá, hogy online felületeken keresztül is folytat kereskedelmi kommunikációt. Nyilatkozata szerint az online felületek (pl. weboldalak,

²¹ B/219-26/2019. (VJ/25-36/2019. 3. sz. melléklet)

²² VJ/25-28/2019.

²³ VJ/25-28/2019.

²⁴ VJ/25-5/2019.

²⁵ Pl. Media Time Kft., Media Max Filmstúdió Kft., Media Services Company Magyarország, Outlet Media Kft., Sláger FM Hálózat Zrt., TriMedia Sales House Kft., Prodo Voice Stúdió, Intergralcom.hu Kft.

²⁶ VJ/25-5/2019.

²⁷ VJ/25-18/2019.

Facebook lapok) tartalom előállítására és gondozására a Sun System munkatársai által, elsősorban gyakornokok közreműködésével történik. Előadta továbbá, hogy mivel az online kommunikáció nem része a központi marketing stratégiájának, arra nem is fektet hangsúlyt, így a reklámköltsége is elenyésző ezen a területen, s a weboldalak nem megfelelően konfiguráltak, elavult oldalak.²⁸

25. Az eljárás alá vont előadta, hogy a www.csokiszolarium.hu és www.csokiszoli.hu weboldalakon szereplő tartalmak elsődlegesen üzleti partnereihez, a szolárium-üzemeltetőkhöz szólnak.²⁹ Az eljárás alá vont előadta továbbá, hogy a www.csokiszolarium.hu és www.csokiszoli.hu weboldalak két külön domain, amelyek ugyanarra a weblapra mutatnak, a tartalom emiatt megegyezik, a frissítések egyszerre történnek.³⁰ Az eljárás alá vont franchise kézikönyvei³¹ szerint a www.csokiszolarium.hu és www.csokiszoli.hu a Sun System hivatalos magyarországi weboldalai.
26. A Sun System nyilatkozata szerint az egyes Facebook bejegyzések megjelenésének száma nem tükrözi a megjelenített tartalmak fogyasztókhöz való tényleges eljutását, tekintettel arra, hogy ezen adatok – a Facebook működési algoritmusai szerint – valójában csak azt mutatják meg, hogy hány készülékre kerültek letöltésre az érintett tartalmak.³²
27. A Sun System előadása szerint nem vezet teljes körű vagy rendszerezett nyilvántartást a különböző rádiós, televíziós hirdetésekről és azokat nem is archiválja rendszeresen, sem pedig a honlapok tartalmát vagy a Facebook bejegyzéseket. Az eljárás alá vont előadta, hogy igyekezett a lehető legszélesebb körben áttekinteni a vonatkozó kommunikációit, de sajnos nem zárható ki, hogy a legjobb tudomása ellenére a beadványaihoz csatolt mellékletek nem tartalmazznak valamennyi releváns, 2015 februárja óta alkalmazott hirdetést, megjelenést.³³

IV.2. A vizsgált állítások megjelenése a Sun System kereskedelmi kommunikációiban

28. A jelen eljárás tárgyát az ügyindító és a kiterjesztő végzésben megfogalmazottak szerint az eljárás alá vont által 2015 februárja óta alkalmazott (i) „egészség”, „egészséges”, (ii) „bőrkiemelő”, (iii) „1,7 perc alatt 1000 NE D-vitamin” és (iv) az egészségi állapot megőrzésével, javításával, a betegségek megelőzésével, kockázatuk csökkentésével, különösen az influenza elleni védekezéssel kapcsolatos, valamint az (i)-(iv) alatt felsoroltakkal azonos jelentéssel bíró állítások, közlések képezik.
29. A Sun System kiemelte, hogy legjobb tudomása szerint az ügyindító és a kiterjesztő végzésben felsorolt és azokhoz hasonló tartalmú kifogásolt állításokat sem rádió- vagy televíziócsatornán, sem pedig eladóhelyi reklámeszközökön (az általa végzett országos kampány részeként) nem közölt, így költségei sem merültek fel.³⁴ Kiemelte, hogy mivel nyilvános rádió- vagy televízió kampányban tudomása szerint a vizsgált állítások nem jelentek meg, így a nagyközönséghez sem jutottak el.³⁵
30. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint sem az általa üzemeltetett szolárium stúdiók, sem pedig a franchise hálózathoz tartozó szalonok külső és belső megjelenéséről nem készít rendszeresen felvételeket, és az esetlegesen készülő felvételeket nem gyűjti

²⁸ VJ/25-5/2019.

²⁹ VJ/25-9/2019.

³⁰ VJ/25-9/2019.

³¹ Ld. VJ/25-9/2019. E11. melléklet, VJ/25-18/2019. E13-E15. mellékletei

³² VJ/25-5/2019.

³³ VJ/25-18/2019., VJ/25-9/2019.

³⁴ VJ/25-5/2019., VJ/25-9/2019.

³⁵ VJ/25-5/2019.

rendszerzetten. A Sun System által üzemeltetett szolárium stúdiók adatszolgáltatás időpontjában tapasztalható belső és külső megjelenését bemutató felvételek tanúsága szerint a versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált állítások nem jelentek meg stúdiókban (pl. kirakatban, beltéri poszteren).³⁶

31. A Sun System előadta továbbá, hogy a franchise partnerek számára megküldött marketing anyagokat visszamenőlegesen szintén nem rendszerezi, archiválás ezek kapcsán sem készül. Az eljárás alá vont által megküldött, franchise partnereknek gyártott marketing anyagok alapján megállapítható, hogy azok nem tartalmazták a vizsgált állításokat.³⁷

IV.2.1. Az „egészség”, „egészséges” és az ezekkel azonos jelentésű állítások

32. A Sun System e körben az alábbi tartalmú üzeneteket jelentette meg a csokiszoli.hu illetve csokiszolarium.hu weboldalon, továbbá egyes Facebook posztokban:
- a szoláriumozás D-vitamin termelő képességének részletesebb bemutatását követően: „szoláriumozz egészségesen”;
 - a szoláriumozás D-vitamin termelő képességére való, szlogenszerű utalást követően: „Barnulás csak mértékkel és a biopozitív hatások kihasználásával. Első az egészség!”;
 - „Nekem fontos az egészség, ezért megyek ma is a csokiszoliba”;
 - szlogenszerűen a poszt fotóján: „Chocolate Brown – Biopozitív hatások – Sun System”;
 - „A szoláriumnak bizony biopozitív hatásai is vannak”.
33. Az eljárás alá vont www.csokicso.hu weboldalának Top aloldalán 2017. november 4-én megjelent tájékoztatás szerint „a mélybarnító csövekkel (...) egészséges módon napoztathatod magad.” Ugyanezen weboldalon megjelent továbbá az a tájékoztatás is, hogy „Nem a vendég dönti el hány percre megy!!! Az egészséges és biztonságos barnulás miatt bármikor megszabhatjátok a maximális időt.”
34. 2018. március 4-én a csokiszolárium hálózat weboldalhoz rendelt Google AdWords hirdetés arra hívta fel a fogyasztót, hogy „nálunk mindig nyár van, barnulj egészségesen”.
35. Emellett az eljárás alá vont miskolci stúdiója 2016 tavasza és 2019 nyara, egri szalonja pedig 2018 nyara és 2019 nyara között „Barnaság, élmény, egészség!” szlogent tartalmazó kirakatmatricát használt. Ugyanez a szlogen jelent meg a Sun System szegedi szolárium stúdiója által 2018 augusztusa és 2018 év vége közötti időszakban terjesztett szórólapokon is.

IV.2.2. A „bőrkímélő” és az ezekkel azonos jelentésű állítások

36. Az eljárás alá vont www.csokicso.hu weboldalának Top aloldalán 2017. november 4-én megjelent tájékoztatás szerint „a mélybarnító csövekkel bőrkímélő (...) módon napoztathatod magad.”

IV.2.3. Az „1,7 perc alatt 1000 NE D-vitamin” és az ezekkel azonos jelentésű állítások

37. A Sun System a csokiszolarium.hu és a csokiszoli.hu honlapok nyitóoldalán 2015. február és június között az „1,7 perc alatt 1000 NE D-vitamin” állítást szerepeltette, melyhez kapcsolódóan tájékoztatást adott arról, hogy „(a)kkreditált vizsgálatok alapján ha Chocolate Brown Nr.2 típusú csövekkel szerelt Sunless V58 állógépben napozunk,

³⁶ VJ/25-9/2019.

³⁷ VJ/25-9/2019. E/10. számú melléklet

átlagosan 1,7 perc alatt 1000 NE D-vitamin képződik a szervezetünkben.* Ez azt jelenti, hogy kicsivel több mint 3 perc alatt feltöltődhetünk a szükséges napi D-vitamin mennyiséggel (2000 NE).**” A csillaggal megjelölt részekhez kapcsolódó további tájékoztatás az alábbiak szerint alakult: „*A méréseket Chocolate Brown Nr.2. (HOT!) 160W R XL 1,9m fénycsővel végezték a fent említett szoláriumgépben.” „**A D-vitamin szintet NE, vagy angolul IU mértékegységben számolják. Egy átlag súlyú ember napi D-vitamin szükséglete 2000 NE, de ennél magasabb is lehet, akár 3-4000 NE is.”

38. A vizsgáló által a <https://web.archive.org/> segítségével feltártak alapján 2015. augusztus és 2019. március között ugyanezen honlapok főoldalán a jobb felső sarokban látható „szalagon” kiemelten ugyancsak olvasható volt az „1,7 perc alatt 1000 NE D-vitamin!” állítás. Nem ismert, hogy az említett weboldalak főoldalának felső részén látható képek linkként funkcionáltak-e a vizsgált időszakban, így nem állapítható meg, hogy az állítás értelmezésével kapcsolatban további információkhoz lehetett-e jutni a képre vagy a „szalagra” kattintással.
39. 2014 márciusától a csokicso.hu oldalon is megjelent banner formájában az „1,7 perc alatt 1000 NE D-vitamin!” állítás. A rendelkezésre álló információk alapján nem állapítható meg, hogy a vizsgált időszakban egyetlen kattintással elérhető volt-e az állítás értelmezéséhez szükséges tartalom.
40. A Facebook oldalon (<https://www.facebook.com/csokicso/>) elhelyezett posztok szövegében és/vagy a posztok keretében közzétett képeken is számos alkalommal megjelent az „1,7 perc alatt 1000 NE D-vitamin!” állítás, amelyhez kapcsolódóan – egy kivételtől (2017. október 9.-i bejegyzés) eltekintve – apró betűs kiegészítésként feltüntetésre kerültek az állítás értelmezéséhez szükséges információk is.

IV.2.4. Az egészségi állapottal és betegségek megelőzésével kapcsolatos állítások

41. Az eljárás alá vont kommunikációiban, különösen a honlapi tájékoztatások és a Facebook posztok keretében számos olyan állítást is közölt, elsősorban a szoláriumozás D-vitamin termelő képességével összefüggésben, amelyek – az e tekintetben analógiaként alkalmazható – 1924/2006/EK rendelet³⁸ definíciói értelmében egészségre vonatkozó állításként vagy betegségek kockázatának csökkentésével kapcsolatos állításként értelmezhetők. A hivatkozott 1924/2006/EK rendelet 2. cikk 2. pont 5. alpontja értelmében egészségre vonatkozó állítás bármely olyan állítás, amely kijelenti, sugallja vagy sejteti, hogy az adott élelmiszer, élelmiszercsoport vagy annak valamely alkotóeleme és az egészség között összefüggés van. Ugyanezen jogszabályhely 6. alpontja szerint betegségek kockázatának csökkentésével kapcsolatos állítás bármely olyan állítás, amely kijelenti, sugallja vagy sejteti, hogy az adott élelmiszer, élelmiszercsoport vagy annak valamely alkotóeleme jelentősen csökkenti valamely emberi betegség kialakulásának valamely kockázati tényezőjét.
42. Az eljáró versenytanács értékelése szerint a Facebook posztokon belül a szoláriumozásnak az egészségi állapot megőrzésével, javításával, a betegségek megelőzésével, kockázatuk csökkentésével, különösen az influenza elleni védekezéssel kapcsolatos hatást tulajdonító állításoknak tekinthetőek az alábbiak:
 - „Kerüljétek el a betegségeket D-vitamin szintetek növelésével”

³⁸ Az Európai Parlament és a Tanács 1924/2006/EK rendelete (2006. december 20.) az élelmiszerekkel kapcsolatos, tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó állításokról; HL L 404, 30.12.2006, p. 9–25.

- „Miért jó a szoli? A D-vitamin serkenti az immunrendszer működését, így csökkenti az influenza kialakulásának lehetőségét is!”
- „Kerüld el a téli megbetegedéseket, előzd meg az influenzát csokicsöves szolizással!”
- „Miért jó a szoli? Mert D-vitamin kerül a szervezetünkbe, ami csökkenti a megbetegedések kockázatát!”
- „A D-vitamin megfelelő szintje például csökkenti a rizikót a szív- és érrendszeri megbetegedések kialakulására. Ne kockáztass, barnulj inkább a Csokicsővel!”
- „Miért jó a szoli? Az UV-fény serkenti a nitrogén-dioxid termelést, ami segít csökkenteni a vérnyomást.”
- „A szoláriumnak bizony biopozitív hatásai is vannak, a vérnyomás csökkentése is ezek közé tartozik.”
- „Barnulás közben többek közt a vérnyomásotokat is csökkenthetitek!”
- „Üzzétek el a betegségeket is szolizás közben!”
- „Kerüld el a betegségeket is a csokicsővel!”
- „Ma már orvosilag igazolt és elfogadott tény, hogy a D-vitamin elősegíti a kalcium és a foszfor felszívódását és beépülését, ezáltal pedig részt vesz a csontképzésben (pl. elősegíti a csontok törés utáni felépülését) és a csontok egészséges fejlődésében; segíti a szív- és érrendszeri megbetegedések megelőzését; segíti a mellrák és a vastagbélrák megelőzését; javítja a vérkeringést; részt vesz az immunrendszer erősítésében, így csökkenti az influenzás és egyéb megbetegedések kialakulásának valószínűségét. Szóval ... Irány a szoli!”

A posztokban néhány alkalommal egy-egy link is feltüntetésre kerül, mely a www.csokiszoli.hu illetve a www.csokicso.hu weboldalak D-vitaminnal kapcsolatos információt tartalmazó oldalaira vezetett.

43. Az eljárás alá vont továbbá a www.csokiszoli.hu oldal Infótár menüpontjában „Mondj nemet az influenzára és igent a szoláriumra!” illetve „Valóban képes a napfény a vérnyomás csökkentésére?” címmel jelentetett meg – a Sunlight Research Forum által kiadott sajtóközleményen alapuló – tájékoztató cikkeket. A Wayback Machine szolgáltatás adatai alapján³⁹ megállapítható, hogy előbbi legalább 2015. október 11-től 2019. december 4-ig, utóbbi pedig legalább 2017. március 24-től 2019. december 4-ig elérhető volt az eljárás alá vont weboldalain. Az egyes cikkekben az alábbi, a jelen eljárás szempontjából releváns állítások jelentek meg:

- D-vitamin szint befolyásolhatja az influenzajárvány kialakulását;
- az influenza ellen (...) sokkal fontosabb a D-vitamin megfelelő szintjének fenntartása a vérben;
- az influenzajárványok során a fertőzések arányának és a halálozási eseteknek a növekedése a napozás csökkenésével, és az ennek következtében csökkent D-vitamin szintekkel párhuzamosan változik;
- ez az a helyzet, amikor a szolárium mérsékelt használata kiválóan működik megelőző intézkedésként;
- a D-vitamin serkenti az immunrendszert;

³⁹ VJ/25-59/2019.

- hasznos lehet egy szolárium felkeresése, hogy megvédjük magunkat az influenza vírusával szemben;
- az UV-fény serkenti a nitrogén-oxid termelést, ami segít csökkenteni a vérnyomást;
- míg kizárólag hőhatásnak voltak kitéve, a vérnyomásuk változatlan maradt, UV-fény hatására azonban jelentős mértékben csökkent. A kutatók szerint ezt a megnövekedett nitrogén-oxid termelés okozza, amit az UV-fény vált ki. A nitrogén-oxid tágítja a véredényeket, ami pedig mérsékli a vérnyomást. Az étellemmel bevitt D-vitamin ebben az értelemben nem segít, mivel ezt a hatást kizárólag a napfény képes kiváltani.

IV.2.5. Egyéb, a D-vitamin termelődésével kapcsolatos állítások

44. A D-vitaminnal összefüggésben a Sun System különösen a Facebook posztok keretében számos olyan állítást is közölt, amelyek – további kifejezett, az egészségmegőrzéssel, betegségmegelőzéssel, betegségek kezelésével kapcsolatos tájékoztatások nélkül – a szoláriumozás D-vitamin termelő képességét hangsúlyozták. Az eljáró versenytanács értékelése szerint ilyen állításoknak tekinthetőek például – a teljesség igénye nélkül – az alábbiak:

- „Barnaság, élmény, D-vitamin”
- „A csokicsöveknek köszönhetően (...) nagy mennyiségű D-vitaminhoz juthatsz!”
- „Szerezd meg a szükséges D-vitamin mennyiséget a csokicsöves szalonokban!”
- „(...) D-vitamin szintetek növelésével”
- „juss még több D-vitaminhoz”
- „A D-vitamint pedig különösen fontos pótolni ezeken a borús napokon.”
- „szívnál magadba egy kis D-vitamint”

IV.3. További tájékoztatásokkal kapcsolatos információk

45. A Chocolate Brown franchise rendszerrel összefüggésben az eljárás alá vont hangsúlyozta, hogy a franchise tagok és személyzetük kötelező oktatásokon vesznek részt, melynek keretében elsajátítják a szolárium használó vendégek bőrtípusának meghatározását és megtagadhatják a szolgáltatás igénybevételét, ha a vendég pl. leégésre hajlamos, ha a bőrtípusának nem megfelelő barnulási időt választ, a szolárium szolgáltatás által a vendéget károk érhetik. Nyilatkozata szerint a vendégek egészségének fontosságát az is jelzi, hogy a pultos személyzet képzést kap cukorbetegség általi ájulás, epilepsziás roham elsősegélyben történő részesítésére, de még újraélesztésre is.⁴⁰ Az eljárás alá vont előadta továbbá, hogy a Csokiszolárium hálózatban a fogyasztók minden alkalommal megfelelő tájékoztatásban részesülnek a szolárium használata előtt. A Sun System nyilatkozata szerint a hálózati alkalmazottaknak ki kell zárni a szolárium szolgáltatásból a beteg, nem tiszta tudatú, az I. bőrtípusba tartozó, a fiatalokú vendégeket (ez rendszeresen előfordul). Előadta, hogy különös körültekintéssel kell eljárniuk minden olyan vendéggel szemben, aki nem szoláriumozik rendszeresen.⁴¹

46. A fogyasztók tájékoztatása körében az eljárás alá vont és franchise partnerei – a jogszabályi előírásokkal összhangban – a szolárium szalonokban tájékoztatást helyeznek el a szoláriumhasználat szabályairól, amely felhívja a figyelmet a szoláriumozással járó kockázatokra is. („Az ultraibolya (UV) sugárzás szemsérülést és bőrsérülést okozhat, mint

⁴⁰ VJ/25-5/2019.

⁴¹ VJ/25-5/2019.

például a bőr korai öregedése és esetlegesen bőrrák. Olvassa el az útmutatásokat figyelmesen. További felvilágosításért forduljon a személyzethez. Viseljen védőszemüveget. Bizonyos gyógyszerek és kozmetikumok növelhetik az érzékenységet. A túlzott szoláriumozás egészségtelen, a leégés káros, mindig kerülje el.”⁴²

V.

A kereskedelmi gyakorlatban megjelenő állításokkal kapcsolatos bizonyítékok

V.1. Az eljárás alá vont által benyújtott bizonyítékok

47. A vizsgáló felhívására – figyelemmel az Fttv. 14. §-ára – az eljárás alá vont az alábbi bizonyítékokat csatolta, illetve az alábbiakat adta elő.

V.1.1. Az „egészség”, „egészséges” és az ezekkel azonos jelentésű állítások

48. A Sun System előadta, hogy az „egészség”, illetve „egészséges” szavakat csak igen korlátozottan, egyes marketing kommunikációkban (weboldal, Facebook oldal, a partnerekkel folytatott elektronikus levelezésekben aláírás mintákban) a D-vitamin, a tudatos szoláriumhasználat, az egészséges barnulás, valamint az egészséges mértékű szoláriumozás vonatkozásában használta, és semmilyen esetben sem magát a szoláriumot kívánta e jelzőkkel minősíteni. Álláspontja szerint ezt támasztja alá az is, hogy évente 4 alkalommal kötelező szakmai oktatást rendez, 2 alkalommal a csokiszolárium hálózatot működtető személyek számára (kb. 500 résztvevő), valamint 2 alkalommal a hálózat munkavállalói számára (kb. 150 résztvevő), amelyek tematikáját képezi többek között a szoláriumozás káros, leégéshez vezető, illetve a nemzetközileg ajánlott maximális éves sugárterhelés mértékének a kiszámítása.⁴³ Előadta, hogy az általa tartott képzéseken tudatja a szoláriumok személyzetével, hogy nem engedhetik be a vendégeket az általuk kért időre, ha azzal vélhetően bőrkárosító hatást érnének el. A személyzet a vendég bőrtípusa és bőrének UV sugárzásra adott reakciója figyelembevételével határozza meg a barnítási időt. A barnítási idő csökkentésével tud a vendég egészségesebben szoláriumozni.⁴⁴

49. Az eljárás alá vont kifejtette továbbá, hogy a „Barnaság, élmény, egészség” szlogenben az egészség szó mint filozófiai fogalom szerepelt. Nyilatkozata szerint a szlogen megalkotásakor a kiindulási alapot a WHO által kiadott egészségfogalom (a fogalom angol nyelvű meghatározása az alábbi linken érhető el: <https://www.who.int/about/who-we-are/frequently-asked-questions>) szolgáltatta. Előadta, hogy a WHO definíciója a következő: „Az egészség a teljes testi, lelki és szociális jólét állapota, és nem csupán a betegség hiánya.”⁴⁵

V.1.2. A „bőrkímélő” és az ezzel azonos jelentésű állítások

50. A Sun System nyilatkozata szerint a „bőrkímélő” kifejezés tudomása szerint a beadványa keltének időpontjában (2019. július 26.), e formában egy kommunikációs csatornán sem jelenik meg. Előadta, hogy a weboldalán legfeljebb olyan utalás szerepel, hogy a mélybarnító csövek egy típuscsaládján belül melyik cső minősül kímélőbbnek az oldalon feltüntetett típuscsaládba tartozó csövek között. Az eljárás alá vont előadta továbbá, hogy ezt a kifejezést legjobb tudomása szerint, egyetlen helyen, a www.csokicso.hu oldalon, az üzletfelek tájékoztatására szolgáló szoláriumcsövek menüpont alatt, az aktuális időszakban

⁴² VJ/25-18/2019. 13-15. sz. mellékletek

⁴³ VJ/25-5/2019.

⁴⁴ B/219-7/2019. (VJ/25-29/2019. 3. melléklet)

⁴⁵ VJ/25-5/2019.

forgalmazott, az adott oldalon bemutatott csőtípusok közül, az egyik legkisebb intenzitással rendelkező, az ÁNTSZ Sugárbiológiai és Sugáregészségügyi intézet által bemért, Nr2 TOP szoláriumcsövekről, egy típuscsaládon belüli összehasonlítás keretén belül állította.⁴⁶ Konkrét dokumentációt a bőrkímélő jelleg igazolására az eljárás alá vont nem nyújtott be.

V.1.3. Az „1,7 perc alatt 1000 NE D-vitamin” és az ezzel azonos jelentésű állítások

51. A Sun System nyilatkozata szerint az „1,7 perc alatt 1000 NE D-Vitamin!” kijelentést a www.csokicso.hu weblap főoldalán bannerként, egy aloldalán a Chocolate Brown Nr. 2 csövekkel felszerelt Sunless V58 állógép vonatkozásában, valamint a www.csokiszolarium.hu weboldal egy aloldalán, valamint a Facebookon tüntette fel.⁴⁷
52. A Sun System az „1,7 perc alatt 1000 NE D-vitamin” állítás valóságtartalmának alátámasztására előadta, hogy a kijelentés helytállóságát a beadványához csatolt 852-2/2014. iktatószámú sugárvédelmi szakvélemény igazolja.⁴⁸ A szakvélemény az ott megjelölt műszaki specifikációval bíró berendezés [ÜZLETI TITOK]⁴⁹
53. Az eljárás alá vont a későbbiekben csatolt néhány további szakvéleményt, az alábbiak szerint.
 - A 2014. február 11-én kelt, a szoláriumcsövek D-vitamin termelő képességéről szóló igazságügyi műszaki szakértői vélemény⁵⁰ megállapítja, hogy [ÜZLETI TITOK].
 - A 2020. február 27-én kelt, a szoláriumlámpák D-vitamin termelő képességéről szóló szakvélemény⁵¹ kijelenti, hogy [ÜZLETI TITOK].

V.1.4. A D-vitamin egészségre gyakorolt hatásaival kapcsolatos állítások

54. A Sun System benyújtott⁵² továbbá egy kivonatot a 2012-es „*Hazai konszenzus a D-vitamin szerepéről a betegségek megelőzésében és kezelésében*” című orvosi kongresszus és tanulmány egyes megállapításaiból. Kiemelte, hogy a 2012-es állásfoglalás megállapításai szerint a D3-vitamin ellátottság alapvetően nem éltrendi kérdés, az emberi szervezet legfőbb D-vitamin forrása a bőrben UV-B sugárzás hatására kialakuló D-vitamin. Ezt elsősorban a bőrt érő napsugárzás biztosítja. Magyarországon márciustól októberig naponta 15 perces, az arcot és a fedetlen végtagokat érő, 10-15 óra közötti direkt napsugárzás szükséges a megfelelő mértékű D3-vitamin képződéshez, a késő ősztől kora tavaszig tartó időszakban ugyanakkor a napsugárzás nem elegendő a szükséges mennyiségű D3-vitamin képződéséhez.
55. A tanulmány a fentiekben túl a D-vitamin hiányának a különböző betegségekkel, élettani állapotokkal való összefüggéseit vizsgálja, és tesz e körben megállapításokat.

V.2. A vizsgálat által feltárt további bizonyítékok

56. Ahogyan azt már az eljárás alá vonttal szemben korábban folytatott ügyben született, VJ/87-33/2010. számú határozat is rögzítette,⁵³ „a szolárium használatának kockázatai közismertek. Az Európai Bizottság Egészségügyi és Fogyasztóvédelmi Főigazgatósága

⁴⁶ VJ/25-9/2019.

⁴⁷ VJ/25-5/2019.

⁴⁸ VJ/25-5/2019. 3. melléklet, VJ/25-9/2019. 8. melléklet

⁴⁹ VJ/25-9/2019. 8. melléklet

⁵⁰ VJ/25-44/2019. E/13. melléklet

⁵¹ VJ/25-44/2019. E/18. melléklet

⁵² VJ/25-44/2019. E/16. melléklet

⁵³ Lásd az említett határozat 38. bekezdését.

által felkért tudományos testület – a Fogyasztói Termékekkel Foglalkozó Tudományos Bizottság (SCCP) – a napágyak ultraibolya sugárzásának az emberi szervezetre gyakorolt biológiai hatásaira vonatkozó tanulmányának⁵⁴ megállapításai szerint:

- bizonyított, hogy az UV-sugárzás egészségkárosító hatású lehet,
- a mesterséges barnító berendezések összes egészségre gyakorolt hatása még nem ismert,
- az ultraibolya sugárzó bőrbarnító berendezések alkalmazása a kozmetikai célú barnítás elérésére és fenntartására, az UVA és/vagy UVB sugárzással, valószínűleg megnöveli a malignant melanoma és valószínűleg a szemlencse melanoma kialakulásának kockázatát,
- a bőrdaganat, különösen a malignant melanoma rák kiváltásra ismert kockázati tényezőkkel rendelkező emberek számára nem ajánlott az ultraibolya bőrbarnító berendezések használata (különösen az I. és II. bőr fototípusba tartozók és foltok jelenléte a bőrön, atípusos anyajegyek és/vagy többszörös anyajegyek előfordulása esetén, melanoma előfordulása más családtagoknál, 18 éves kor alatt)."

57. A fentieket az Európai Bizottság Egészségi, Környezeti és Újonnan Felmerülő Kockázatok Tudományos Bizottságának (a továbbiakban: SCHEER) 2017-es, „Az ultraibolya sugárzás egészségre vonatkozó biológiai hatásai, különös tekintettel a kozmetikai célú szoláriumokra” című tanulmánya⁵⁵ az alábbiak szerint egészítette ki, illetve pontosította.

- A napágy használat következményei csak sok évvel később alakulnak ki, és így az emberek a szolárium használat következményeit sokkal később fizethetik meg, mint amikor használták azokat.
- A napágyak használata felelős a melanoma és nem melanoma típusú bőrrákok jelentős részéért és a 30 éves kor előtt keletkezett melanomák nagy részéért. A napágy használathoz társuló melanoma kockázata arányosan nő a használat számával és gyakoriságával.
- A napágy használata mindenki számára ellenjavallt.
- A napágy használat segíti a D-vitamin termelődést, de még télen sincs szükség szoláriumozásra, hogy az emberek megnöveljék a D-vitamin szintjét. A kéz és az arc napi, körülbelül 15 perces szabadtéri expozíciója, még a felhős időjárás esetében is, megfelelő D-vitamin szintet biztosít, kombinálva egy kiegyensúlyozott étrenddel. Ha ez kevésnek bizonyul, akkor étrend-kiegészítőket is lehet fogyasztani.
- Az emberek ugyanúgy túlzott ultraibolya sugárzásnak lehetnek kitéve a napozóágyaktól, mint ahogy a naptól. Mind a napozóágyak, mind a napfény kiválthatja a bőrrák kifejlődését és mindkettő felgyorsítja a bőr öregedését. (...) Akár a napágyak alkalmi használata is emeli a bőrrák kockázatát, különösen, ha ez 30 éves kor előtt történik.
- Erős bizonyíték van arra, hogy a napozóágyak UV sugárzása különféle bőrrákokat (melanoma, laphám és bazálsejtes karcinóma) okoz, és szem melanomát is okozhat.
- Nincs biztonságos határérték a napágyakból származó UV sugárzás expozíciójára. A fogyasztóknak teljesen tisztában kell lenniük a kozmetikai célú napágyak

⁵⁴ Vélemény az ultraibolya sugárzás egészségre gyakorolt biológiai hatásairól különös tekintettel a kozmetikai célból használt napágyakra, 2006. június 20.; VJ/25-29/2019. 2. sz. melléklet

⁵⁵ VJ/25-16/2019. 2. sz. melléklet

használatának kockázataival, és abban az esetben, ha annak ellenére, hogy megértették a kockázatot, azt választják, hogy használják azokat, óvintézkedéseket kell tenniük. Azok, akik komolyan gondolják az egészségük védelmét, jobban járnak, ha teljesen elkerülik napozóágyakat – különösen, ha 30 év alattiak, a családjukban előfordult melanoma és/vagy szőkék vagy szeplősek.

58. A SCHEER-kutatás megállapításaira hivatkozva a Nemzeti Népegészségügyi Központ Sugárbiológiai és Sugár-egészségügyi Főosztályának jogelődje, az Országos Közegészségügyi Intézet egyik munkatársa „*Biztonságos-e a szolárium-használat? Az Európai Bizottság legújabb állásfoglalása*” című prezentációs anyagában⁵⁶ rámutat arra, hogy
- Magyarországon csupán az európai szabvány előírásai kötelezőek, mellyel a gyártók és üzemeltetők visszaélnék azáltal, hogy a napágy-működtetők arról tájékoztatják a lakosságot, hogy a főleg UVA-t sugárzó napágyaknak nincs egészségkárosító hatása, a 0,3 W/m²-es szolárium egészséges, és hogy a szoláriumozás egészséges, mert növeli a D-vitamin szintet;
 - a napágy-működtetők azt állítják, hogy a 0,3 W/m² felületi teljesítmény alatti szolárium egészséges, pedig a károsító hatás nem csak a teljesítménytől, hanem az időtől is függ (azaz kisebb teljesítmény hosszabb idő alatt ugyanúgy károsít), nincs alsó teljesítmény-határa a károsító hatásnak, és a kis dózisok az ember élete során összeadódnak.

VI.

Az eljárás alá vont álláspontja

VI.1. A vizsgált magatartásokkal összefüggésben előadottak

59. A Sun System nyilatkozata szerint kereskedelmi gyakorlatának fókuszában az áll, hogy a csokicső termék és a hozzá kapcsolódó szolgáltatás népszerűsítése során alapvetően a szépségápolás szükségességére hívja fel a figyelmet, valamint azt hirdeti, hogy a szoláriumozás a barnulás élménye.⁵⁷
60. A jelen eljárás előzményét képező bejelentéses eljárás során a Sun System akként nyilatkozott, hogy a vitatott kifejezések nem képzik kommunikációjának szerves részét, ráadásul azok csak a periférián lévő internetes felületeken jelentek meg, a fő marketing csatornákon, rádióreklámokban, televíziós megjelenésekben, műsor szponzorációkban, nyereményjátékokban nem alkalmazta a kifogásolt állítások egyikét sem, vagy azokhoz hasonlókat. A bejelentéssel érintett oldalak (szolarium.hu, csokicso.hu, Facebook oldalak) olyan online felületek, amelyek látogatottsága alacsony, fejlesztési szintje, frissítési gyakorisága az elmúlt években (többet további önálló domainnel rendelkező weboldallal egyetemben) elhanyagoltak, mobil eszközökön való megjelenítésre nem optimalizáltak, emiatt széles fogyasztói körhöz nem juthattak el.⁵⁸
61. Az eljárás alá vont hangsúlyozta, hogy már a GVH B/219-2/2019. iktatószámú végzésének kézhezvételét követően érdemi lépéseket tett a vonatkozó jogszabályoknak való megfelelés érdekében. Előadta, hogy ennek keretében a kifogásolt tartalmak nagy részben törlésre, illetve módosításra kerültek valamennyi érintett kommunikációs csatornán. A Sun System

⁵⁶ VJ/25-16/2019. 3. sz. melléklet

⁵⁷ B/219-16/2019. (VJ/25-36/2019. 2. sz. melléklet)

⁵⁸ B/219-7/2019. (VJ/25-36/2019. 1. sz. melléklet)

hivatkozott arra, hogy az „egészség” és „egészséges” állítások közzlése a www.csokicso.hu weboldalon, valamint az alacsony számú követővel/kedvelővel rendelkező Facebook oldalakon (<https://www.facebook.com/csokiszolarium.halozat> és <https://www.facebook.com/csokicso/>) jelentek meg. A Sun System előadta, hogy a kifogásolt állításokat egyébként már eltávolította kereskedelmi kommunikációjából.⁵⁹

62. A Sun System kiemelte, hogy az eddigiek során is, valamint a jövőben is prioritásként kezeli a fogyasztók tudatosabb szoláriumhasználatának előmozdítását. Nyilatkozata szerint e törekvést igazolja az általa franchise partnerei részére megküldött hírlevél is, amelyben a partnerei figyelmét hívja fel a fogyasztók tájékoztatása során tanúsítandó körültekintésre, különösen az „egészséggel” kapcsolatos kommunikáció és hasonló tájékoztatás eltávolítására.⁶⁰
63. A Sun System előadta továbbá,⁶¹ hogy a „bőrkímélő” kifejezés tudomása szerint csak a www.csokicso.hu weboldal egyik aloldalán, illetve a Facebook oldalán (<https://www.facebook.com/csokicso/>) jelent meg. A kifejezést álláspontja szerint inkább a szoláriumozó vendégek alkalmazzák, a gyengébb intenzitású készülékekre. Az eljárás alá vont továbbá akként nyilatkozott, hogy a kifogásolt állítást már eltávolította kereskedelmi kommunikációjából (annak egy másik formáját jelenleg a saját termékei erősségének bemutatására használja).
64. A Sun System álláspontja szerint⁶² az állítások értékelésekor a sajtótermékek, cikkek egészségét, így az oldal teljes tartalmát kell figyelembe venni. Az eljárás alá vont előadta továbbá, hogy az érintett weboldal (www.csokicso.hu) ezen része jól láthatóan az üzletfeleknek szól, amit alátámaszt az átlagos fogyasztó számára értelmezhetetlen: „felfűtési idő”, „minimalizált teljesítmény csökkenés”, „üzembiztonság”, „üzemóra” leírások, továbbá a termék megvásárlásakor biztosított „garancia” is. Ezt támasztja alá a GVH B/219-21/2019. iktatószámú végzése is. Utalt arra, hogy az üzletfelek tekintetében magasabb szintű tudatosság várható el, így képesnek kell lenniük arra, hogy a weboldalon szereplő szolgáltatásokra vonatkozó üzleti kommunikációban foglaltakat megfelelően értelmezni, azokat saját szakmai ismereteikkel ütköztetni tudják.
65. Mindazonáltal az előzetes álláspontra tett észrevételeiben⁶³ az eljárás alá vont elismerte, hogy az „egészség”, „egészséges” és „bőrkímélő” hatással kapcsolatban tett állítások a rendszeresen nem szoláriumozó, tapasztalatlan, általános szoláriumozási ismeretekkel nem rendelkező fogyasztók megtévesztésére alkalmasak lehettek azáltal, hogy nem zárható ki, hogy olyan benyomást kelthettek ezen fogyasztókban, hogy a Sun System által nyújtott szoláriumozási szolgáltatás abszolút értelemben egészséges.
66. A Sun System nyilatkozata szerint az „1,7 perc alatt 1000NE D-vitamin” kijelentés megalapozottságát az általa benyújtott sugárvédelmi szakvélemény⁶⁴ és további igazságügyi szakértői vélemények⁶⁵ támasztják alá. Előadta, hogy mivel a szakvélemények alapján megállapítható, hogy az 1,7 perc alatt 1000 NE D-vitamin termelődése az általa forgalmazott, legkisebb intenzitású csövekkel felszerelt szoláriumok tekintetében érvényesült, belátható (és szintén szakértői vélemény által igazolt), hogy a magasabb intenzitású csövekkel elérhető D-vitamin termelődés mértéke ennél szükségszerűen

⁵⁹ VJ/25-5/2019.

⁶⁰ VJ/25-5/2019. 2. sz. melléklet

⁶¹ VJ/25-5/2019.

⁶² VJ/25-5/2019.

⁶³ VJ/25-44/2019.

⁶⁴ VJ/25-5/2019.

⁶⁵ VJ/25-44/2019. E/13., E/14., E/18. mellékletek

nagyobb, azaz az állítás valamennyi szolárium típusra igaz, így nem szükséges annak a korlátozó feltételnek a feltüntetése, hogy a mérés mely konkrét típusú szolárium berendezés és milyen típusú csövek alkalmazásával történt.⁶⁶

67. Az eljárás alá vont kifejtette továbbá,⁶⁷ hogy a fentiek okán jogszerűen hivatkozhatott kommunikációiban a D-vitamin „biopozitív” hatásaira is általános jelleggel, mivel a D-vitamin köztudomásúan kedvező hatással van a szervezetre, amit a 2012-es „Hazai konszenzus a D-vitamin szerepéről” című orvosi kongresszus megállapításai és más tudományos munkák is egyértelműen alátámasztanak. Aláhúzta, hogy élelmiszerek esetében még a szoláriumokhoz képest jóval kisebb mértékű D-vitamin tartalom esetén is alkalmazhatóak a D-vitaminnal összefüggésbe hozható pozitív hatásokat tartalmazó állítások, így általános kedvező egészségügyi hatásokat, illetve a tudományos bizonyítékok által alátámasztott konkrét hatásokat megalapozottan használhatott. Elismerte ugyanakkor, hogy egyes állítások esetében az egyedi hatásmechanizmusokat túlzottan tág körben fogalmazta meg, s ezzel megsértette az Fttv. 6. § (1) bekezdését.
68. Vitatta emellett, hogy a kockázatokról való tájékoztatás időszerűtlen lett volna, azáltal, hogy a kereskedelmi kommunikációk csak a szoláriumozás D-vitamin termelő képességével összefüggő pozitív tulajdonságait emelik ki, s a szoláriumozás kockázatait nem említik, így valótlan képet sugallnak. A Sun System nem értett egyet azzal, hogy az Európai Bíróság előzetes álláspontban hivatkozott, C/544-10. számú ítélete analógiaként szolgálhatna, mivel az élelmiszerekre uniós szinten is speciális szabályozás vonatkozik, s míg az uniós ügyben a vásárlást közvetlenül megelőzően történt meg a kedvező hatásokra vonatkozó információközlés és maradt el az alkoholfogyasztás kockázataira való felhívás, addig a jelen eljárásban vizsgált kommunikációk a szolgáltatás igénybevételét időben jóval megelőzték, ráadásul a szolgáltatás igénybe vételét megelőzően a fogyasztó nem tudta elkerülni a kockázatokról való tájékoztatást, hiszen az minden stúdióban jól láthatóan, a jogszabályi előírásokkal összhangban ki van helyezve. Így a Kúria VJ/17/2014. Vodafone ügyben hozott Kfv.III.37.421/2017/7. számú ítéletében foglaltak alapján a magatartás nem minősül jogsértőnek, mivel a kifogásolt kommunikációs eszközök nem biztosítottak közvetlen lehetőséget a vásárlásra, így a fogyasztó a beszerzés előtt megismerhette az eljárás tárgyát képező lényeges információt.
69. A Sun System hivatkozott arra is, hogy az átlagfogyasztó számára a kereskedelmi kommunikációk alapján egyértelmű volt, hogy további tájékozódás szükséges részükről a végső (beszerzési) döntés előtt, hiszen például a szolgáltatás áráról a kereskedelmi kommunikációk nem tartalmaztak semmilyen információt. Megkérdőjelezte továbbá, hogy a fogyasztói figyelem felkeltése, a fogyasztó üzlethelyiségbe való betérése minden esetben ügyleti döntésnek minősülne – álláspontja szerint ez elsősorban a becsalógató jellegű reklámokra igaz (ilyen típusú kereskedelmi gyakorlat kapcsán került megállapításra a C-281/12 Trento Sviluppo ügyben), a jelen ügyben azonban nincs szó becsalógatásról.
70. Az eljárás alá vont ismételt hivatkozott arra, hogy a meghatározott kifogásolt állításokat legjobb tudomása szerint sem országos rádiócsatornán, sem pedig eladóhelyi reklámeszközökön (országos kampány részeként) nem promotálta. Hozzátette továbbá, hogy míg az érintett Facebook oldalain megjelenített tartalmakat naponta átlagosan körülbelül 100-150 fogyasztó tekinti meg, addig a leghallgatottabb országos rádiócsatornán megjelenített kommunikációs gyakorlatok a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

⁶⁶ VJ/25-44/2019.

⁶⁷ VJ/25-44/2019.

felmérése alapján⁶⁸ naponta megközelítőleg 1,7 millió fogyasztóhoz jutnak el. Igazságügyi szakértői véleményt⁶⁹ is csatolt annak alátámasztására, hogy a Facebook oldalak kedvelőinek száma semmilyen összefüggésben nem állással, hogy az azokon elhelyezett egyes posztok hány személynek jelennek meg. Mindezekre tekintettel álláspontja szerint a kereskedelmi gyakorlat szűk kiterjedtségénél fogva nem tekinthető alkalmasnak a gazdasági verseny érdemi befolyásolására, így a GVH az Fttv. 10. § (1) és (3) bekezdései alapján jelen versenyfelügyeleti eljárásban nem rendelkezik hatáskörrel, mire figyelemmel az eljárás megszüntetése indokolt.⁷⁰

71. A Sun System álláspontja szerint a szoláriumozni kívánó fogyasztók tisztában vannak azzal, hogy nem ajánlott a korlátok nélküli szoláriumhasználat, azonban tekintettel arra, hogy fontos számukra a bőrük napbarnított színe, korlátozott mértékben mégis igénybe veszik a szolgáltatást. Ezen fogyasztók az eljárás alá vont véleménye szerint nem minősülnek átlagos fogyasztóknak, mivel a rendszeres szoláriumozók száma a Magyar Szolárium Egyesület felmérése alapján nem éri el a teljes hazai lakosság 1%-át.⁷¹
72. A bírság kiszabásával összefüggésben előadta,⁷² hogy álláspontja szerint a reklámköltség megfelelő viszonyítási alapot jelent az esetleges bírság számítása során, tekintve, hogy a kifogásolt kereskedelmi gyakorlat a kereskedelmi kampányainak csak elenyésző részét képezte, különösen ha annak részeként az egyes online felületeken a munkavállalók által közzétett tájékoztatások munkaerő ráfordításának becsült ellenértékét is figyelembe vesszük. Ez az érték van ugyanis összhangban azzal a körülménnyel, hogy a vizsgált kommunikációkat minimális számú fogyasztó látta. Hozzátette, hogy még az általa megadott látogatottsági adatok is fenntartásokkal kezelendők, felülbecslik a ténylegesen érintett fogyasztói kört, mivel azok tartalmazzák az ugyanazon fogyasztó általi többszöri látogatásokat, az üzleti partnerek általi megtekintéseket, és azokat a látogatókat is, akik a folyamatosan változó tartalmú banneren az eljárás tárgyát nem képező közléssel találkoztak.
73. Arra az esetre, ha a fentiek ellenére az eljáró versenytanács mégis az árbevétel-alapú bírságolást látná indokoltnak, kérte a releváns árbevétel körében a nem szoláriumozási szolgáltatás nyújtásából származó forgalom (pl. kozmetikumok, élelmiszerek értékesítése) figyelmen kívül hagyását. Hangsúlyozta továbbá, hogy a kifogásolt kereskedelmi gyakorlat révén nem ért el árbevételt, ennek ellenkezőjét az eljáró versenytanács sem bizonyította.
74. Az eljárás alá vont enyhítő körülményként kérte figyelembe venni a jogsértő magatartás abbahagyását és a partnereknek küldött, az egészséggel kapcsolatos állításoktól való tartózkodásra vonatkozó többszöri figyelemfelhívást. Ugyancsak enyhítő körülményként hivatkozott a jogsértés részleges beismerésére, felróhatóságának csekély fokára (mivel a kommunikációkkal célja nem a fogyasztók megtévesztése, hanem a biztonságosabb szoláriumozásra való ösztönzése volt). Utalt továbbá arra, hogy a kifogásolt kommunikációk nem voltak hangsúlyosak: az eljárás alá vont honlapján és Facebook oldalán nem kiemelt hirdetésként jelentek meg, kevés fogyasztót értek el, tényleges hatásuk nem lehetett, a Sun System teljes kereskedelmi kommunikációjához viszonyítva elenyészőek voltak.

⁶⁸ http://nmhh.hu/cikk/206445/Budapesti_es_orszagos_napi_radiahallgatottsag_2019_majus__2019_julius

⁶⁹ VJ/25-44/2019. E/16. melléklet

⁷⁰ VJ/25-5/2019.

⁷¹ VJ/25-5/2019.

⁷² VJ/25-44/2019.

75. Hivatkozott arra, hogy KKV-nak minősül, és az arányosság követelményével összefüggésben utalt arra, hogy a VJ/4/2019. számú eljárásban versenytársával, a Fox Consulting Kft.-vel szemben jóval súlyosabb jogsértés kapcsán csak 7 millió Ft-os bírság került kiszabásra. Kifogásolta továbbá a VJ/87/2010. számú ügy ismétlődéskénti figyelembevételét, amely álláspontja szerint sérti a tisztességes eljáráshoz való jogát, a visszaható hatály tilalmát és Magyarország Alaptörvényét.
76. Bírság kiszabása esetére az eljárás alá vont kérte⁷³ bírságsökkentő tényezőként értékelni az általa kidolgozni és alkalmazni vállalt utólagos megfelelési programot, valamint a Covid-19 járványügyi helyzet káros hatásait, melyek a Sun Systemet különösen jelentős mértékben sújtották. E körben – a VJ/5/2020. számú ügyben kialakított joggyakorlatot citálva – előadta, hogy [ÜZLETI TITOK], erőforrásait elsősorban partnerei és saját üzleti fennmaradásának biztosítására koncentrálja. Hivatkozott arra, hogy [ÜZLETI TITOK]. Utalt továbbá arra, hogy a koronavírus-járványra tekintettel meghirdetett versenyképesség-növelő támogatás (HIPA pályázat) nyerteseként légfertőtlenítő rendszerek beszerzését és értékesítését szolgáló beruházás megvalósítását vállalta, amely az előzetes álláspontban kilátásba helyezett bírság megfizetése esetén veszélybe kerülhet. Ugyanezen indokokra figyelemmel kérte a bírság részletekben történő megfizetése lehetőségének biztosítását.

VI.2. Az eljárás alá vont kötelezettségvállalása

77. Az eljárás alá vont az előzetes álláspontra és a kiegészítő előzetes álláspontra tett észrevételeiben kötelezettségvállalási indítványt terjesztett elő, amelyet később pontosított, kiegészített. Vállalása 4 fő elemből áll: a jogsértő gyakorlat abbahagyása és az attól való jövőbeli tartózkodás, fogyasztói kompenzáció teljesítése, fogyasztói tudatosságot növelő edukációs kampány lebonyolítása és utólagos megfelelési program kidolgozása, működtetése.
78. A Sun System előadta, hogy vállalásainak elfogadása mellett szól, hogy vele szemben az elmúlt 5 évben nem került sor jogsértés megállapítására, és a vállalás nagyobb előnyökkel jár, mint a tényállás teljes felderítése és minősítése. Egyértelműen a közérdeket szolgálná álláspontja szerint a fogyasztói tudatosságot növelő edukációs kampány és a felajánlott fogyasztói kompenzációs csomag, mely utóbbi a fogyasztói jólét közvetlen és azonnali növelésére alkalmas. A vállalások továbbá közvetlenül kapcsolódnak a kifogásolt magatartásokhoz, és egyben jelentős anyagi és adminisztrációs terhet rónak az eljárás alá vontra, így alkalmasak a generális és speciális prevenciók célok betöltésére is.
79. A Sun System előadta, hogy nem áll fenn a kötelezettségvállalás elfogadását kizáró körülmény, mivel
- az Fttv. mellékletében foglalt tényállások bármelyikének megvalósítása nem merült fel,
 - nincs egyértelmű, kialakult joggyakorlat a szoláriumozással kapcsolatos tájékoztatások megfelelőségéről,
 - a kifogásolt kommunikációk célcsoportja nem sérülékeny fogyasztói kör volt,
 - a kifogásolt gyakorlat nem volt alkalmas jelentős hátrány okozására,
 - hasonló magatartás miatt a Sun System még nem került elmarasztalásra,
 - nincs olyan jogszabályi előírás, ami kifejezetten tiltaná a kifogásolt magatartást.

⁷³ VJ/25-72/2019.

80. Az eljárás alá vont hangsúlyozta, hogy a fogyasztói kompenzáció felajánlott formája a fogyasztók széles körét éri el, és nyújt nekik közvetlen kompenzációt, ami álláspontja szerint jobban szolgálja a közérdeket, mint a teljes összeg közérdekű célú felajánlása. Kiemelte, hogy a kompenzáció megfizetésére elsődlegesen készpénzben kerül sor, amit a fogyasztó szabad döntése szerint használhat fel, így az nem ösztönzi a fogyasztókat a szolárium szolgáltatás igénybevételére (szemben például egy olyan megoldással, ahol csak az adott szolgáltatásra felhasználható pontokat / jóváírást teljesítene a fogyasztók részére). A Sun System vitatta a joggyakorlat kikristályosodott voltát, mivel hasonló körülmények között még nem került sor jogsértés megállapítására, azaz amikor mind a szoláriumozás D-vitamin termelő képessége, mind a D-vitamin egészségre gyakorolt kedvező hatása tényként ismert, miközben a szoláriumozás esetleges kockázatai sem vitathatóak, ugyanakkor az ezekre való figyelmeztetést az eljárás alá vont és partnerei a jogszabályi előírásoknak megfelelően a stúdiókban elhelyezték. Végezetül utalt arra, hogy magatartása nem minősül ismétlődésnek, mivel az új bírságközleménynek az ismétlődés keretében bevezetett szabályai a Sun System hátrányára alaptörvénysértőek, ráadásul az előző, rendkívül csekély súlyú (bírság kiszabását nem eredményező) jogsértés elkövetésére közel 10 éve került sor.
81. Az eljárás alá vont mindazonáltal jelezte, hogy a fentiek megvalósítására akkor is hajlandó, amennyiben az eljáró versenytanács ugyan megállapítja vele szemben a jogsértést, de bírság kiszabását mellőzi.

VII.

Jogszabályi háttér

82. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése értelmében ez a törvény állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen jogszabályhely (2) bekezdése szerint e törvény arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely Magyarország területén valósul meg, továbbá arra is, amely Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint.
83. Az Fttv. 2. §-ának
- a) pontja szerint fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy,
 - c) pontja rögzíti, hogy a törvény alkalmazásában áru minden birtokba vehető forgalomképes ingó dolog - ideértve a pénzt, az értékpapírt és a pénzügyi eszközt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket - (a továbbiakban együtt: termék), az ingatlan, a szolgáltatás, továbbá a vagyoni értékű jog,
 - d) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenysége vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja,
 - e) pontja alapján kereskedelmi kommunikáció a vállalkozás önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével közvetlenül összefüggésben történő információközlés, függetlenül annak megjelenési módjától, eszközétől,

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

84. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése kimondja, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (2) bekezdés szerint tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, a) amelynek alkalmazása során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el (a továbbiakban: szakmai gondosság követelménye), és b) amely érzékelhetően rontja azon fogyasztó lehetőségét az áruval kapcsolatos, a szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, akivel kapcsolatban alkalmazzák, illetve akihez eljut, vagy aki a címzettje, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg (a továbbiakban: a fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas. A (3) bekezdés kimondja, hogy a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).
85. Az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdése értelmében megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény - figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére - olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az alábbiak közül egy vagy több tényező tekintetében, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas: b) az áru lényeges jellemzői, így különösen bj) az egészségre gyakorolt hatása.
86. Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése előírja, hogy a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve 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.
87. Az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése rögzíti, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll.
88. A Fttv. 14. §-a kimondja, hogy a vállalkozás - az eljáró hatóság felhívására - a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát igazolni köteles. Ha a vállalkozás nem tesz eleget ennek a kötelezettségnek, úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak. Erre a vállalkozást a hatóság felhívásában figyelmeztetni kell.
89. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a GVH eljárása tekintetében a Tpv. rendelkezéseit kell alkalmazni.
90. A Tpv. 46. § (1) bekezdése alapján a versenyfelügyeleti eljárásra a Tpv.-ben foglalt rendelkezéseket kell alkalmazni. Az általános közigazgatási rendtartásról szóló 2016. évi CL. törvény (a továbbiakban: Ákr.) rendelkezéseit akkor kell alkalmazni, ha azt a Tpv. kifejezetten előírja.
91. A Tpv. 75. § (1) bekezdése értelmében ha a 67. § (2) bekezdése alapján indított 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 vállalható kötelezettség.

92. Az eljáró versenytanács határozatában a Tpv. 76. §-a (1) bekezdésének f) pontja értelmében megállapítja a jogsértés tényét, i) pontja alapján jogsértés megállapítása esetén kötelezettséget ír elő.

VIII.

Jogi értékelés

VIII.1. A GVH hatásköre

93. Az Fttv. 10. § (3) bekezdése alapján a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas. Az Fttv. 11. § (1) bekezdés b) pontja szerint a 10. § alkalmazásában a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál – a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével – a következő szempontok irányadóak: a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel alapján.
94. Jelen eljárásban a gazdasági verseny érdemi érintettsége fennáll, tekintettel az eljárás alá vont szolárium üzemeltetésből származó nettó árbevételének és teljes árbevételének nagyságára (vö. 10. pont). Az árbevételi adatok és a GVH ugyanezen piacot érintő, VJ/4/2019. számú eljárásból származó hivatalos tudomása alapján a Sun System feltehetően a szolárium üzemeltetés piaca legnagyobb szereplőjének tekinthető. Ezt támasztja alá a B/219/2019. számú bejelentéses eljárás keretében beszerzett nyilatkozat,⁷⁴ illetve ezt sugallja az eljárás alá vont saját korábbi kommunikációja is (A „Csokicső” a piacvezető márka ma Magyarországon).⁷⁵
95. Bár a franchise szerződés és a franchise kézikönyv [ÜZLETI TITOK] ezen tevékenységüket az eljárás alá vont Sun System által tanúsított magatartás, az általa közzétett kommunikációk befolyásolhatták. Emellett a csokiszoli.hu és a csokiszolarium.hu honlapok a hálózat egészének népszerűsítését szolgálják, hasonlóképpen az eljárás alá vont által működtetett Facebook oldalakhoz (facebook.com/csokicső; facebook.com/csokiszolarium.halozat). Ennek megfelelően az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlata a saját maga által üzemeltetett szolárium stúdiókon kívül a franchise hálózatába tartozó szalonok fogyasztóit is elérhette, amihez az is hozzájárulhatott, hogy [ÜZLETI TITOK], illetve a weboldalakra sok esetben a nagy hallgatottságú rádióadókön közzétett rádióreklámokban is utalás történt.
96. A fentiekre tekintettel – figyelemmel az érintett piac III.3. fejezetben kifejtett sajátosságaira is – az Fttv. 11. § (1) bekezdés b) pontja alapján az eljárás a GVH hatáskörébe tartozik.

⁷⁴ B/219-26/2019. (VJ/25-36/2019. 3. sz. melléklet)

⁷⁵ B/219-7/2019. (VJ/25-36/2019. 1. sz. melléklet)

97. Az eljáró versenytanács nem osztotta tehát a Sun System azon álláspontját, hogy mivel a meghatározott kifogásolt állításokat legjobb tudomása szerint sem országos rádiócsatornán, sem pedig eladóhelyi reklámeszközökön (országos kampány részeként) nem promotálta, és a honlapi és a Facebook-on elhelyezett kommunikációk látogatottsága alacsony volt, a GVH ne rendelkezne hatáskörrel az eljárás lefolytatására. Az Fttv. 11. § (1) bekezdés b) pontja alkalmazásában ugyanis ez a körülmény nem releváns.

VIII.2. Az Fttv. hatálya

98. Az eljárás alá vont által közzétett tájékoztatások az Fttv. 2. §-ának d) pontja szerinti értelemben vett kereskedelmi gyakorlatnak minősülnek, mivel a Sun System szolárium szolgáltatását, illetve az általa működtetett franchise rendszerbe tartozó szalonok szolgáltatásait népszerűsítették, annak használatára ösztönöztek.

99. A kommunikációk tartalmuk és megjelenési módjuk alapján természetes személy fogyasztóknak szóltak. A jelen eljárásban vizsgált állításokat elsődlegesen tartalmazó honlapok (www.csokiszoli.hu illetve www.csokiszolarium.hu) csak kisebb részben tartalmaztak üzleti ügyfeleknek szóló tartalmakat (pl. Befektetőknek menüpont), továbbá – szövegezésükből megállapíthatóan – a Facebook bejegyzések is természetes személy fogyasztókhoz szóltak. Az említett honlapok egyértelmű fogyasztói irányultságát támasztja alá az a tény is, hogy a Facebook posztokban és számos rádióhirdetésben is ezen honlapi elérhetőségek kerültek megjelenítésre mint további információforrások, tájékozási lehetőségek.

100. Bár az eljárás alá vont hivatkozott arra, hogy a www.csokicsso.hu honlap a GVH B/219/2019. számú bejelentéses eljárásban hozott döntése alapján elsősorban szakmai közönségnek szól, az eljáró versenytanács arra a következtetésre jutott, hogy annak tartalma, az azon megjelenő vizsgált állítások is eljuthattak természetes személy fogyasztókhoz is, különös tekintettel arra, hogy a honlap elérhetősége számos Facebook posztban is szerepelt, illetve a rádióreklámok szövege is jónéhány esetben kiemelten utalt arra, hogy az eljárás alá vont által működtetett franchise hálózatban „csokicső” segítségével lehet barnulni, a „csokicső” szlogenként, hívószóként több formában is megjelenik (pl. „Chocolate Brown, az igazi Csokicső!”, „Országos Csokicső Roadshow”, „És hát a Csokicső? Áh, imádom!”).

101. A fentiekre figyelemmel a vizsgált magatartásra kiterjed az Fttv. hatálya.

VIII.3. Érintett fogyasztók

102. Jelen versenyfelügyeleti eljárásban érintett fogyasztók azok a természetes személyek, akik kedvelik, ha évszaktól és időjárástól függetlenül napbarnított színű a bőrük. A fogyasztók tehát elsősorban esztétikai okból, bőrük barnulása miatt szoláriumoznak, amit a 16. pontban ismertetett kutatás is alátámaszt, azonban a szoláriumozás a kapcsolódó kockázatok miatt közvetetten, másodlagosan az egészséggel kapcsolatos döntésnek is tekinthető.

103. Az eljárás alá vont hivatkozott arra, hogy a szoláriumozni kívánó fogyasztók tisztában vannak a szoláriumhasználat kockázataival, azok tudatában veszik igénybe a szolgáltatást. A Sun System álláspontja szerint ezért a jelen eljárással érintett fogyasztók az átlagosnál tudatosabbak, amit arra is alapoz, hogy a rendszeres szoláriumozók száma a Magyar Szolárium Egyesület felmérése alapján nem éri el a teljes hazai lakosság 1%-át.

104. A fentiekkel kapcsolatban az eljáró versenytanács előjáróban rámutat, hogy a rendszeres szoláriumozók teljes lakosságon belüli aránya mint mutató önmagában nem alkalmas a

fogyasztói tudatossággal kapcsolatos következtetések levonására. Az eljáró versenytanács azért sem osztotta az eljárás alá vont előző pontban kifejtett álláspontját, mivel más piaci vélemények (vö. 15. pont), illetve a budapesti szolárium használók körében végzett felmérés eredményei (ld. 16. pont) éppen arra utalnak, hogy a fogyasztók, bár tudatában vannak a kockázatoknak, annak jelentőségét alábecsülik. Ennek oka lehet, hogy a szoláriumozás ugyan egy tapasztalati termék, mivel a barnulás néhány alkalmas használat után tapasztalható lehet, de az egészségre gyakorolt hosszú távú hatások a szolgáltatás igénybevételét követően sem állapíthatók meg a fogyasztók részéről, így e tekintetben a szolgáltatásnak már inkább a bizalmi jellege dominál. Emellett a szoláriumozással megszerzhető hasznokat (barnulás) és a szoláriumozással elszenvedhető költségeket (úgy mint hosszú távú kockázatok) a fogyasztók az ügyleti döntéshozatali folyamat során egymástól eltérően érzékelik és értékelik, azért mert egy lényegesen különböző időpontokban felmerülő hasznok és költségek közötti kompromisszumos döntést hoznak meg. A közgazdaságtani irodalom egyes, fogyasztói preferenciák időbeli változását tárgyaló megállapításai alapján tekinthető úgy, hogy a szoláriumozásban érdekelt átlagos fogyasztó preferenciája közgazdasági értelemben véve a jelen felé torzul. Azaz fontosabbnak tartja a rövidebb távon is érzékelhető barna bőrszín, és az ezzel együtt járó elégedettség-érzés vagy más haszon (pl. D-vitamin szint növelése) megszerzését, mint az ezzel potenciálisan együtt járó, jövőbeli egészség-, vagy bőrkárosodást (költséget), így ez utóbbi számára kisebb súllyal bír az ügyleti döntésben. Megjegyzendő, hogy pszichológiai kutatások azt is vizsgálat tárgyává tették, hogy a szoláriumozással kapcsolatban kialakulhat-e kóros, túlzott szoláriumhasználat, illetve függőség.

105. Mindazonáltal az eljáró versenytanács az érintett fogyasztók magatartásának értékelése során az Fttv. 4. § (1) bekezdésében meghatározott ésszerűen tájékozottan eljáró fogyasztó magatartásából indult ki, mivel az esetleges függőséggel érintett fogyasztói körről nem áll rendelkezésre részletesebb információ, illetve mivel a vizsgált kommunikációk nem kifejezetten őket célozták, így nem azonosítható olyan csoport, amelynek tagjai az adott kereskedelmi gyakorlat vagy annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatottak lennének. Szintén nem állapítható meg a szoláriumhasználattal összefüggésben – az eljárás alá vont előadásával szemben – a fogyasztók magasabb szintű tudatossága, így az értékelés során az átlagfogyasztó magatartását kell alapul venni.
106. Bár az influenza megelőzésével kapcsolatos tájékoztatások kapcsán felmerült, hogy a fogyasztók – a koronavírus járvány miatt bennük kialakult bizonytalanság és félelemérzet folytán – különösen fogékonyak lehetnek a különféle vírusos megbetegedések megelőzését ígérő megoldásokra, s ez adott esetben kiszolgáltatottabbá, hiszékenyebbé, sérülékenyebbé teheti őket az ilyen típusú kommunikációkkal szemben, az eljáró versenytanács végül arra a következtetésre jutott, hogy a jelen eljárás szempontjából nem szükséges az ésszerűen eljáró átlagfogyasztó helyett sérülékeny fogyasztói kör szempontjából értékelni a vizsgált állításokat. Ezen álláspontját az eljáró versenytanács arra alapozta, hogy a vizsgált állítások nagyrészt a múltban, jóval a koronavírus járvány kitörését megelőzően jelentek meg, és bár részben a járvány kezdeti időszakában is elérhetőek voltak, azokkal a fogyasztók csak kisebb eséllyel találkoztak a járványhelyzet folyamán, mivel nagyrészt Facebook posztok formájában kerültek nyilvánosságra, melyek sajátossága, hogy bár folyamatosan elérhetőek az interneten, elsődleges hatásukat a megjelenésüket követő, viszonylag rövidebb időszakban fejtik ki, az egyes bejegyzések tartalmát csak relatíve kevesen észlelik, érzékelik a közzétételt követő hosszabb idő elteltével.

VIII.4. A kereskedelmi gyakorlat üzenete

107. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint az „egészség”, „egészséges” jelzők használata a szoláriumozás kapcsán azt az üzenetet közvetíti a fogyasztók felé, hogy az eljárás alá vont szolgáltatása hozzájárul az egészség fenntartásához, illetve hogy azáltal kockázatmentesen, vagy legalábbis minimális kockázattal lehet szoláriumozni. Az átlagfogyasztó hasonló jelentést tulajdoníthat a „biopozitív hatású” jelzőnek is, azaz azt érti alatta, hogy a szoláriumozás az emberi szervezetre pozitív hatást gyakorol, azaz egészséges.
108. Az egészség fenntartásához való hozzájárulást sugalló állítások körébe azok az állítások tartoznak, amelyek a szoláriumozást önmagában vagy annak D-vitamin termelő képessége folytán írják le egészségesként vagy biopozitív hatásúként. Megjegyzi ugyanakkor az eljáró versenytanács, hogy e körben nem osztja az eljárás alá vont azon értelmezését, miszerint az átlagfogyasztók egészség alatt – a WHO által definiált egészségfogalommal összhangban, holisztikus megközelítésben – a testi jóllét állapotán túl a lelki és szociális jóllétet is értenék, azaz az egészséget filozófiai fogalomként értelmeznék. A szoláriumozás közismert, bár az átlagfogyasztók körében nagyrészt alábecsült egészségügyi kockázatai miatt sokkal inkább feltehető, hogy a fogyasztók a szoláriumozással összefüggésben használt egészség, egészséges kifejezések alatt a testi egészséggel kapcsolatos fogalmat értnek.
109. Szintén e körbe tartoznak az eljáró versenytanács megítélése szerint a mértékletességre is utaló kommunikációk, melyek azt sugallják, hogy bizonyos szabályok betartásával a szoláriumozás kockázatai kiküszöbölhetők, minimalizálhatók.
110. Hasonló üzenetet hordoz a „börkímélő” kifejezés használata is az eljáró versenytanács szerint, azaz azt sugallja, hogy az eljárás alá vont által népszerűsített szolárium szolgáltatással a szoláriumozással összefüggésbe hozható esetleges bőrkárosodások (ráncosodás, bőrrák) kockázata csökkenthető, minimalizálható.
111. Az „1,7 perc alatt 1000 NE D-vitamin” állítás üzenete a fogyasztó számára az, hogy a Sun System szoláriumaiban, franchise hálózatában szoláriumozva 1,7 perc alatt jelentős mennyiségű, 1000 nemzetközi egységnyi D-vitamin termelődik a szervezetben. Az üzenet tartalmát bizonyos esetekben pontosítja a kapcsolódó kiegészítő információ, amely egyértelművé teszi, hogy az állítás egy bizonyos fajta szoláriumtípusra vonatkozik, ahol azonban a kiegészítő, értelmezést segítő információ nem jelenik meg, ott a fogyasztó számára az állítás azt sugallhatta, hogy ilyen mértékű vitaminképződés az eljárás alá vont saját üzemeltetésű illetve a hálózatához tartozó szoláriumaiban bármely gép- vagy csőtípus használatával elérhető, vagy akár arra is következtethetett, hogy a szoláriumozás általában jár ilyen hatással.
112. Emellett az állítás közvetve azt is üzeni a fogyasztók számára, hogy a szoláriumozás – a D-vitamin termelődés elősegítése révén – hozzájárul az egészség fenntartásához, mivel a vitaminoknak általánosságban – részben az étrendkiegészítő termékek és vitamin készítmények széleskörű reklámozására is tekintettel – ilyen hatást tulajdonítanak az átlagemberek. Ugyancsak ezt sugallják a szoláriumozás D-vitamin termelő képességére általánosságban utaló közlések (vö. 44. pont).
113. Végezetül, az eljáró versenytanács álláspontja szerint a IV.2.4. alfejezetben részletesen ismertetett állítások a szoláriumozásnak betegségmegelőző (pl. „*előzd meg az influenzát*”), betegségek tüneteinek enyhítését szolgáló, azaz gyógyító (pl. „*az UV-fény serkenti a nitrogén-oxid termelést, ami segít csökkenteni a vérnyomást*”) illetve egészségfenntartó (pl. „*a D-vitamin serkenti az immunrendszert*”) hatásokat tulajdonítottak, elsősorban a D-

vitaminnal összefüggésben, de néhány esetben a D-vitamin termelődésére való utalás nélkül is.

VIII.5. Valótlan vagy megtévesztésre alkalmas információ

114. Az eljáró versenytanács az előző alfejezetben azonosított, lehetséges fogyasztói értelmezések fényében azt vizsgálta, hogy az eljárás alá vont által közzétett kommunikációk tartalmazzak-e valótlan vagy megtévesztésre alkalmas információt, az állítások valóságtartalmát az eljárás alá vont – az Fttv. 14. §-ára is figyelemmel – igazolni tudta-e.

VIII.5.1. Az „egészség”, „egészséges” és az ezekkel azonos jelentésű állítások

115. Az „egészség” / „egészséges” és hasonló tartalmú állítások kapcsán az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a Sun System az erre irányuló felhívás⁷⁶ ellenére nem nyújtott be olyan bizonyítékot, amivel igazolta volna az általa népszerűsített szolgáltatás mindkét lehetséges fogyasztói értelmezés szerinti egészséges voltát, mindössze arra hivatkozott, hogy az egészség filozófiai értelemben vett fogalmát használta kommunikációiban, ami álláspontja szerint nem jogsértő, hiszen sok ember azért (is) jár szoláriumba, mert az számára – különböző okonál fogva – kellemes élményt nyújt, jó közérzetet biztosít.

116. Ezzel kapcsolatban az eljáró versenytanács visszautal arra, hogy álláspontja szerint az átlagfogyasztói értelmezés nem feleltethető meg a filozófiai fogalom tartalmának, ezért az eljárás alá vontnak a köznapi értelemben vett egészségességet (is) kellett volna bizonyítania. E körben ugyanakkor megállapítható, hogy bár vannak olyan tudományos kutatások, amelyek a szoláriumozás kapcsán kimutattak bizonyos pozitív élettani hatásokat (így különösen a szoláriumozás során a szervezetben termelődő D-vitamin szint emelkedését, amelyet maga a SCHEER-tanulmány is elismer), jelentősebb számú tudományos munka utal arra, hogy a szoláriumhasználat a bőröregedés felgyorsítása és a bőr rák kialakulásának veszélye miatt egészségkárosító hatású. A SCHEER tanulmánya azt is kijelenti, hogy nincs a sugárzásnak vagy a szoláriumhasználat mértékének egy olyan elfogadott alsó határa, amely az egészség védelmére is figyelemmel biztonságosnak minősülne. A SCHEER álláspontja ennek következtében egyenesen azt tartalmazza, hogy a napágyak használata mindenki számára ellenjavallt. Mivel a napágyak használatának egészségre gyakorolt hatásai tekintetében nincsen olyan széles körben elfogadott, egységes tudományos álláspont, ami a szoláriumozás egészséges voltát általánosságban alátámasztaná, éppen ellenkezőleg, számos mértékadó kutatás a szoláriumhasználat egészségügyi kockázatait jelentősnek ítélte, az eljáró versenytanács álláspontja az, hogy a tudomány jelenlegi állása szerint nem is létezik olyan bizonyíték, ami alkalmas lenne arra, hogy a szoláriumozás egészséges jellegét az Fttv. 14. §-ában foglaltakra tekintettel általában véve igazolja.

117. A fenti értékelésen az sem változtat, hogy a kommunikációk egy részében az egészségesség nem általánosságban, hanem a D-vitamin termelődés bemutatását követően vagy a mértékletességre utalással egyidejűleg jelent meg. A mértékletesség kapcsán az eljáró versenytanács visszautal a SCHEER-jelentés azon megállapítására, miszerint a szoláriumozásnak nincs olyan alsó határértéke, ami biztonságosnak minősülne, így bár a mértékletes napágy-használat csökkentheti a szoláriumozás hosszú távú kockázatait, azokat nem szünteti meg teljes egészében, azaz kevésbé káros az egészségre nézve, de ettől még nem válik egészségessé. A D-vitamin termelődéssel összefüggésben hangsúlyozandó, hogy az valóban pozitív hatással járhat a szervezet működésére nézve, azáltal azonban,

⁷⁶ VJ/25-1/2019.

hogy a pozitív hatások kiemelésére a kommunikációkban anélkül kerül sor, hogy a szoláriumozás (hosszabb távú) negatív hatásai is megjelenjenek, a Sun System a D-vitamin hatásával kapcsolatos valós tényről félrevezető, megtévesztő módon tette közzé (részletesen ld. alább a VIII.5.3. alfejezetben).

118. A jogsértést, megtévesztést ezen állítások vonatkozásában az eljárás alá vont maga is elismerte.

VIII.5.2. A „bőrkímélő” és az ezzel azonos jelentésű állítások

119. Az eljáró versenytanács értékelése szerint szintén nem bizonyított a „bőrkímélő” jelző valóságtartalma, mivel annak alátámasztására az eljárás alá vont – az Fttv. 14. §-ában foglalt kötelezettségre való felhívás ellenére – semmilyen bizonyítékot nem nyújtott be, miközben a tudományos kutatások tapasztalait összegző SCHEER-jelentés arra a következtetésre jutott, hogy a szoláriumozás gyorsítja a bőröregedés folyamatát. Ekként a Sun System nem igazolta sem azt, hogy az általa népszerűsített szoláriumok használatával a bőrre gyakorolt kedvezőtlen hatások kiküszöbölhetőek, sem azt, hogy a Chocolate Brown szoláriumok vagy akár a mélybarnító csövek révén ezen hatások más szoláriumokhoz vagy más szoláriumcsövekhez képest kevésbé jelentkeznek.

120. A jogsértést e tekintetben a Sun System is elismerte.

VIII.5.3. Az „1,7 perc alatt 1000 NE D-vitamin” és az ezzel azonos jelentésű állítások

121. Az „1,7 perc alatt 1000 NE D-vitamin” állítás kapcsán az eljárás alá vont a Sugárbiológiai és Sugáregészségügyi Kutató Intézet 2014. március 20-án kelt sugárvédelmi szakvéleményével igazolta, hogy a reklámozott típusú gépben, adott fénycsövek használatával 1,7 perc alatt 1000 nemzetközi egységnyi D-vitamin termelődik a bőrben, egészséges besugárzás esetén. A Sun System benyújtott továbbá olyan bizonyítékokat (szakértői véleményeket, mérési eredményeket), amelyek alapján alappal feltehető, hogy legalább ilyen mértékű D-vitamin termelődés az eljárás alá vont által üzemeltetett / forgalmazott valamennyi szolárium berendezés esetén is megvalósul.

122. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint ugyanakkor megtévesztő az „1,7 perc alatt 1000 NE D-vitamin” állítás abból a szempontból, hogy az a (jelentős mértékű) D-vitamin termelődés középpontba helyezésével azt sugallja a fogyasztók számára, hogy a D-vitamin kedvező, egészségre gyakorolt hatásai szoláriumozás révén is elérhetőek, azaz a szolárium használata hozzájárul az egészség fenntartásához, megőrzéséhez.

123. Bár azt a SCHEER-jelentés is elismeri, hogy a napágy használat segíti a D-vitamin termelődést, azt is megállapítja, hogy a szoláriumokban a megfelelő mennyiségű D-vitamin termeléséhez szükséges mértékű jóval meghaladó mennyiségű UV-B sugárzás éri a testnek sokkal nagyobb felületét, miközben a megfelelő D-vitamin szint eléréséhez a legtöbb esetben elegendő a természetes napfény és a kiegyensúlyozott étrend kombinációja (ha mégsem, az szükség esetén étrend-kiegészítők fogyasztásával kezelhető). Ezzel párhuzamosan hangsúlyozza a jelentés, hogy a napágyak használata felelős a melanoma és a nem melanoma típusú bőrrákok jelentős részéért, így azok használatát mindenki számára ellenjavalltnak minősíti.

124. Mivel a napágyak használatának egészségre gyakorolt hatásai tekintetében nincsen olyan széles körben elfogadott, egységes tudományos álláspont, ami a szoláriumozás egészséges voltát általánosságban alátámasztaná, éppen ellenkezőleg, számos mértékadó kutatás a szoláriumhasználat egészségügyi kockázatait jelentősnek ítélte, az eljáró versenytanács a korábban kifejtettek értelmében fenntartja, hogy a tudomány jelenlegi állása szerint nem is

létezik olyan bizonyíték, ami alkalmas lenne arra, hogy a szoláriumozás egészséges jellegét az Fttv. 14. §-ában foglaltakra tekintettel általában véve igazolja.

125. Az eljárás alá vont kommunikációiban a D-vitamin termelődés mint pozitív hatás kiemelésére anélkül kerül sor, hogy a szoláriumozás (hosszabb távú) negatív hatásai is megjelenének. Márpedig ez anélkül, hogy a szoláriumozás egyéb kockázataira, hosszabb távú kedvezőtlen egészségügyi hatásaira is felhívna az eljárás alá vont a figyelmet, az eljáró versenytanács álláspontja szerint még akkor is valós tény megtévesztésre alkalmas módon történő közlésének minősül, ha az adott hatás (azaz a D-vitamin termelődés) ténylegesen igazolt, mivel elhallgatja a rövid távú pozitív egészségügyi hatások „árát”, esetleges későbbi negatív egészségügyi következményeit. Bár a szoláriumozás lehetséges káros hatásai széles körben ismertek, az már kevésbé közismert, hogy mértékadó tudományos munkák szerint nincs olyan határérték, amely alatt a szoláriumok használata egészségügyi szempontból biztonságosnak minősülne, ráadásul az átlagfogyasztó jellemző viselkedése, jelen felé torzult preferenciája még az esetlegesen ismert kockázatokat is kisebb súlyúnak ítéli meg, mint amilyenek azok valójában.
126. Ez az értékelés összhangban van az Európai Unió Bíróságának C/544-10. számú, előzetes döntéshozatal tárgyában hozott ítéletében foglalt azon megállapításokkal, miszerint: „Az említett állítás ugyanis előtérbe helyez egy bizonyos olyan jellemzőt, amely az emésztést könnyíti, de hallgat arról a tényről, hogy az alkoholtartalmú italok fogyasztásához kapcsolódó veszélyek – az emésztés zavartalanságától függetlenül – e tekintetben nem hárulnak el, és még csak nem is csökkennek. Az uniós jogalkotó tehát jogosan vélhette úgy, hogy az olyan állítás, mint amely az alapügy tárgyát képezi, félreérthető, sőt megtévesztő, mivel az egy alkoholtartalmú italra vonatkozik. A vitatott állítás ugyanis azáltal, hogy kizárólag a könnyű emészthetőséget állítja előtérbe, ösztönzi a kérdéses bor fogyasztását, és végső soron növeli azokat a kockázatokat, amelyek bármely alkoholtartalmú ital túlzott fogyasztásának az eredményeképpen a fogyasztók egészsége tekintetében merülnek fel.”
127. Az eljárás alá vont vitatta, hogy a fenti ügy analógiaként szolgálhatna, mivel jelen esetben nem élelmiszerekkel kapcsolatos állításokról van szó (amelyekre speciális szabályozási rezsim vonatkozik), továbbá mivel az adott alkoholtartalmú termék kapcsán a megtévesztő közlésre a címkén, azaz a végső ügyleti (beszerzési) döntést közvetlenül megelőzően került sor, amelynek utólagos korrekciójára ezért már nem volt mód, miközben a szoláriumozás igénybevétele előtt a fogyasztó a kockázatokról szóló tájékoztatást nem tudta elkerülni, a szabályozásnak megfelelően kihelyezett figyelmeztetések okán. Az eljáró versenytanács ugyanakkor fenntartja, hogy az ítélet megtévesztéssel kapcsolatos következtetései a jelen ügyre is alkalmazandóak, mivel hasonló döntési helyzetben lévő fogyasztói viselkedést elemeznek: pozitív egészségügyi hatások kiemelését anélkül, hogy az adott termék fogyasztásának súlyosabb egészségügyi kockázatait is megemlítenék. Ez az összefüggés pedig az eljáró versenytanács álláspontja szerint független attól, hogy élelmiszerekről vagy más típusú termékekről van szó.
128. Kiemeli az eljáró versenytanács, hogy megtévesztő mulasztások kapcsán a hazai joggyakorlat⁷⁷ is egyértelmű a tekintetben, hogy valamely termék pozitív tulajdonságainak

⁷⁷ Ld. különösen a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsának az Fttv.-vel, Grt.-vel és a Tptv. III. fejezetével, a Gyftv.-vel és az Éltv.-vel kapcsolatos elvi jelentőségű döntései (2019) (a továbbiakban: Elvi jelentőségű döntések) I.7.3. és I.7.4. pontját.

I.7.3. Ha a vállalkozás által alkalmazott kommunikációs eszköz tényleges térbeli vagy időbeli, s így terjedelmi korlátot nem vagy nem szűk körben támaszt az információk fogyasztók tudomására hozatala előtt, akkor elvárt, hogy a kereskedelmi kommunikáció ne csak az adott termék pozitív, hanem annak negatív tulajdonságait is

népszerűsítése nem történhet a negatív tulajdonságok közlése nélkül, mert csak így kerül a fogyasztó olyan helyzetbe, hogy reális képet alkothasson a reklámozott termékről. Az Fttv. 6. §-a szerinti aktív megtevesztések körében pedig a joggyakorlat⁷⁸ szerint a főüzenettel ellentétes tartalmú kiegészítő információk nem alkalmasak a főüzenet által közvetített közlések korrigálására. Mindezek együttes olvasata az eljáró versenytanács értékelése szerint akként összegezhető, hogy az alapvető fontosságú, a pozitív jellemzők fogyasztói értékelését érdemben befolyásoló negatív tulajdonságok a kereskedelmi kommunikációkban a pozitív üzenetekhez hasonló hangsúllyal jelenítendőek meg.

129. A fentiekkel összefüggésben a Sun System hivatkozott arra, hogy a Kúria VJ/17/2014. Vodafone ügyben hozott ítélete értelmében nem jogsértő az olyan, nem teljes körű tájékoztatás, amely nem biztosít közvetlen lehetőséget a vásárlásra, mivel ilyen esetekben a fogyasztók a beszerzés előtt szükségszerűen tájékozódnak, így megismerhetik az eljárás tárgyát képező lényeges információt. A jelen esetben azonban az eljáró versenytanács értékelése szerint a szalonokban kötelezően elhelyezendő tájékoztatókon található, a szoláriumhasználat kockázataira történő figyelemfelhívás, illetőleg a stúdiók személyzetének részletes oktatásban részesítése a javasolt napozási időtartamok meghatározása tekintetében nem alkalmas arra, hogy a kifogásolt tájékoztatások megtevesztésre való alkalmasságát megkérdőjelezze.

- Egyrésztől ugyanis ezekkel az információkkal csak utóbb, a fogyasztói döntési folyamat egy későbbi szakaszában találkozhatnak a fogyasztók, amikor már beléptek az üzletbe, érdeklődtek a szolgáltatás feltételeiről, netán már el is határozták, hogy igénybe kívánják azt venni. E körben kiemelendő, hogy bár az eljárás alá vont által csatolt, egyes szoláriumfelsőt ábrázoló fotók⁷⁹ tanúsága szerint a vendég a szalonba belépve, a pultnál találkozik a szoláriumozással kapcsolatos tájékoztatókkal, más fotókon a pultnál nem láthatóak a tájékoztatók, és [ÜZLETI TITOK].⁸⁰ Így elképzelhető, hogy a fogyasztók csak a szolgáltatás konkrét igénybevételekor, a kabinba betérve találkoznak a figyelmeztető szöveggel, azaz az ügyleti döntés meghozatalát (a bérlet vagy az adott alkalomra szóló jegy megvásárlását) követően.
- Másrészt nem egyértelmű, hogy a fogyasztókhöz minden esetben ténylegesen is eljutnak ezek az információk, azaz hogy a fogyasztók szükségszerűen elolvassák-e a kihelyezett tájékoztatók tartalmát, illetve a javasolt napozási időtartamok

tartalmazza, lehetővé téve, hogy a fogyasztó reális képet alkothasson a termékről. Különösen ez a helyzet azon kommunikációs eszközök esetében, amelyekről – a bennük elhelyezett információk milyensége, illetve mennyisége révén – a fogyasztó alappal várhatja el a részletes tájékoztatást (pl. jellemzően a vállalkozás internetes honlapja, több oldalas szórólap). (Vj/9/2010.)

I.7.4. Ha a vállalkozás által alkalmazott kommunikációs eszköz tényleges térbeli vagy időbeli, s így területi korlátot támaszt az információk fogyasztók tudomására hozatala előtt, a vállalkozásnak a kommunikációs eszköz tartalmának tárgyában hozott döntése határozza meg a kommunikációs eszközben szerepeltetendő információk körét:

- ha a vállalkozás úgy dönt, hogy a korlátokkal bíró kommunikációs eszköz esetében nem szerepelteti a termék adott pozitív tulajdonságát, akkor az sem elvárt, hogy az ezen pozitív tulajdonság helyes értelmezéséhez szükséges információkat közölje,

- ha azonban a vállalkozás azt a döntést hozza, hogy a korlátokkal bíró kommunikációs eszköz esetében szerepelteti a termék adott pozitív tulajdonságát, akkor az ezen pozitív tulajdonság helyes értelmezéséhez szükséges, adott esetben a termék negatív, a fogyasztó számára nem előnyös tulajdonságait ismertető információkat is közölnie kell, kiegyensúlyozott, a termék adott tulajdonságáról reális képet adó tájékoztatást adva. (VJ/9/2010.)

⁷⁸ Ld. Elvi jelentőségű döntések I.6.54. Amennyiben egy kategorikus, pozitív üzenetet egy olyan kiegészítő információ kíséri, amely azzal ellentétes, illetve azzal nincs összhangban, akkor a kiegészítő tájékoztatásnak nem lehet korrigáló szerepe. (Vj/49/2016.)

⁷⁹ VJ/25-9/2019.

⁸⁰ Ld. pl. VJ/25-9/2019. E11. melléklet

meghatározása során a személyzet a korlátok háttéréről, okairól is részletes felvilágosítást ad-e. E körben az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy [ÜZLETI TITOK], így elég életszerűtlen, hogy egy vendég – akár a pultnál, akár a kabinban – valamennyi tájékoztatót alaposan áttanulmányozza. Az eljáró versenytanács nem tulajdonított továbbá jelentőséget az eljárás alá vont által hivatkozott azon körülménynek, hogy mivel a reklámok a szolgáltatás árára vonatkozó tájékoztatót nem tartalmaztak, így a fogyasztóknak szükségszerűen további tájékozódást kellett végezniük. A fogyasztók ugyanis a kereskedelmi gyakorlat alapján azt nem érzékelhették, hogy a lehetséges káros hatásokról is tájékozódniuk szükséges, éppen ellenkezőleg, a pozitív élettani hatások közlése „elaltathatta” esetleges kételyeiket a szoláriumozás egészségre gyakorolt hatásával kapcsolatban. Az árakkal kapcsolatos szükségszerű további tájékozódás tehát az eljáró versenytanács álláspontja szerint nem jelenti azt, hogy a fogyasztótól elvárható lenne más, különösen számára egyértelműen nem felismerhető megtévesztő tájékoztatások kapcsán is további információkeresés folytatása.

- Harmadrészt, még ha el is jutnak a szükséges információk a fogyasztókhoz, kérdéses, hogy jellemző attitűdjük, jelen felé torzult preferenciáik fényében megfelelő súlyt társítanak-e a kockázatokhoz, és valóban azok teljes tudatában hozzák-e meg döntéseiket.

VIII.5.4. Az egészségi állapottal és betegségek megelőzésével kapcsolatos állítások

130. Az előző alfejezetben részletesen kifejtettek értelmében az eljáró versenytanács arra a következtetésre jutott, hogy az egészséggel kapcsolatos kedvező tulajdonságok kiemelése a szoláriumozás kockázataira való figyelemfelhívás nélkül akkor is megtévesztő, ha az adott kedvező tulajdonságok valóságosak, mely megállapítások megfelelően alkalmazandóak az egészségmegőrző, betegségmegelőző, gyógyító hatásokat sugalló kijelentések, közlések értékelésére is. Emellett a Sun System elismerte, hogy egyes, a D-vitamin konkrét kedvező hatásaira, illetve egyedi hatás-mechanizmusaira vonatkozó kereskedelmi kommunikációk megfogalmazására túl távan került sor, így azok a fogyasztók megtévesztésére alkalmasak voltak.
131. Mindezekre figyelemmel az eljáró versenytanács mellőzte annak értékelését, hogy az eljárás alá vont kommunikációiban feltüntetett egészségmegőrző, betegségmegelőző, gyógyító hatásokat sugalló állítások a tudományos bizonyítékokkal szemben elvárt kritériumoknak megfelelő dokumentumokkal igazolhatóak-e. Mindazonáltal az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy az eljárás alá vont által csatolt bizonyítékok nem alkalmasak az alkalmazott betegségmegelőző, betegségek tüneteit kezelő, azaz gyógyító, illetve egészségi állapot megőrzésével kapcsolatos állítások alátámasztására, mivel a VJ/25-44/2019. számú észrevételek E/13. mellékleteként csatolt szakértői anyag elsősorban nem a D-vitamin orvosi szempontból kedvező tulajdonságait hivatott alátámasztani, hanem a szoláriumozás D-vitamin termelő képességét, ennek megfelelően a kedvező élettani hatásokra csak mint köztudomású tényekre utal, azokat konkrét tanulmányokkal, hivatkozásokkal, bizonyítékokkal nem támasztja alá, ráadásul a szakértőnek – igazságügyi műszaki szakértő lévén – nem is ez a téma a szakterülete. Szintén nem alkalmas az állítások igazolására az E/16. mellékletként csatolt összefoglaló, illetve az abban hivatkozott 2012-es „*Hazai konszenzus a D-vitamin szerepéről a betegségek megelőzésében és kezelésében*” című cikk sem, hiszen az összefoglaló csak a cikknek az UV-B sugárzás illetve a napsugárzás, valamint a D-vitamin képződés közötti összefüggéseket taglaló következtetéseit emeli ki, míg a tanulmány ezen túlmenően inkább a D-vitamin hiányának hatásait összegzi. A tudományos megalapozottság lehetőségét az

eljáró versenytanács álláspontja szerint az is megkérdőjelezi, hogy az élelmiszerekkel kapcsolatban a D-vitamin hatásait illetően engedélyezett állítások listáján sem szerepelnek a jelen eljárásban kifogásolt megállapítások.⁸¹

VIII.6. Ügyleti döntés és annak befolyásolására való alkalmasság

132. A jogi értékelés szempontjából relevanciával bíró fogyasztói döntés meghozatala egy folyamat, amelynek nemcsak az egészségét, hanem egyes szakaszait is védi a jog a maga eszközeivel. Nem csak az olyan magatartás jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra – ideértve a figyelem felkeltését is. Egy fogyasztói döntési folyamat során több ügyleti döntés meghozatalára is sor kerülhet. Az ügyleti döntés torzítása bekövetkezhet a fogyasztói döntéshozatali folyamat bármely szakaszában.⁸²
133. Kiemelendő (összhangban az Fttv. indokolásával), hogy az ügyleti döntés fogalma szélesebb terjedelmű a fogyasztó gazdasági döntéseinek polgári jog szerinti fogalmánál, a szerződési akarat kifejezésénél. Ügyleti döntésnek minősül a fogyasztó azon döntése, amikor azonosítja a szükségletét és valamely vállalkozást vagy valamely szolgáltatást, terméket, márkát választja szükséglete kielégítésére.
134. A jelen eljárásban ügyleti döntésnek tekinthető a fogyasztó azon döntése, hogy a reklámok hatására felkeresi-e valamelyik Chocolate Brown szoláriumszalont (adott esetben valamely más szoláriumszalon helyett), és hogy igénybe veszi-e a hirdetett szolgáltatást, a szoláriumozást, s ha igen, milyen intenzitással, gyakorisággal.
135. A fenti ügyleti döntéseket nyilvánvalóan képes befolyásolni az a körülmény, hogy az adott szoláriumszalon vagy szolárium gép, illetőleg a szoláriumozás általában mennyire tekinthető egészségesnek vagy egészségtelennek, mennyire kíméletes a bőrhöz, illetve jár-e más pozitív hatásokkal (pl. D-vitamin termelődéssel, egészségmegőrző, betegségmegelőző hatással). Noha a szoláriumozás veszélyei viszonylag széles körben ismertek, a veszélyek súlyának, jelentőségének a fogyasztók nincsenek tudatában, még a rendszeres szoláriumhasználók sem, részben azért, mert a szoláriumozás a hosszabb távú hatások miatt a közgazdasági értelemben vett bizalmi termékek jellegzetességeivel is rendelkezik. A kockázatok alulbecslésére utal az a korábban már hivatkozott felmérés is, amely kimutatta, hogy a budapesti szoláriumhasználók jelentős része hallott ugyan a szolgáltatás káros hatásairól, mégis csak csekély hányaduk (4-8%) tartja az egészségre károsnak a szoláriumozást. Ezt a fogyasztói attitűdöt, a fogyasztók jelen felé torzult preferenciáit nyilvánvalóan erősíthetik az olyan kereskedelmi kommunikációk, melyek – a káros hatásokat, veszélyeket elhallgatva – a szoláriumozás pozitív hatásait népszerűsítik, sőt, a szoláriumozást egészségesnek, kevésbé károsnak, az egészség fenntartását segítőnek állítják be.
136. Mindezek alapján az eljáró versenytanács értékelése szerint a vizsgált kereskedelmi kommunikációk alkalmasak voltak arra, hogy a Chocolate Brown szoláriumok (további) használatára ösztönözzék a fogyasztókat, azaz olyan ügyleti döntés meghozatalára készítsék őket, amelyet egyébként nem hoztak volna meg.

⁸¹ Az immunrendszerrel összefüggésben például a 432/2012/EU rendelet 1. sz. mellékletében szereplő lista azt tartalmazza, hogy a „D-vitamin hozzájárul az immunrendszer normál működéséhez”, ezzel szemben az eljárás alá vont megfogalmazásában a D-vitamin „erősíti”, „serkenti” az immunrendszert, illetve „csökkenti a megbetegedések kockázatát”, „csökkenti az influenza kialakulásának lehetőségét”.

⁸² Elvi jelentőségű döntések, I.2.2. (Vj/104/2009., Vj/132/2009.)

137. A fentiekben nem változtat az a körülmény sem, hogy a szalonokban kötelezően elhelyezendő tájékoztatókon található a szoláriumhasználat kockázataira történő figyelemfelhívás, illetőleg hogy a stúdiók személyzete részletes oktatásban részesül a javasolt napozási időtartamok meghatározása érdekében, mivel a fentebb részletesen kifejtettek értelmében (vö. 129. pont) ezek a tájékoztatások részben utólagosak, részben esetlegesek, és nem feltétlenül alkalmasak arra, hogy a fogyasztók jelen felé torzult preferenciáit megváltoztassák.

VII.7. A kötelezettségvállalások értékelése

138. A kötelezettségvállalási javaslatok értékelésekor az eljáró versenytanács – összhangban a jelen eljárásra irányadó, a Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének 1/2018. számú, a Tpv. 75. §-a szerinti kötelezettségvállalásról szóló közleménye (a továbbiakban: Kötelezettségvállalási közlemény) 11. pontjában foglaltakkal – azt vizsgálja, hogy az eljárás kötelezettségvállalással történő lezárásával elérhető előnyökhöz képest indokoltabb-e a közérdeket ért sérelem jellege, súlya miatt a tényállás teljes körű tisztázása és adott magatartás jogi minősítése.

139. A jelen eljárással összefüggésben az eljáró versenytanács e körben a következőket állapítja meg. Bár az eljárás alá vont magatartása esetében a Kötelezettségvállalási közlemény értelmében vett kizáró feltétel nem azonosítható, és a kereskedelmi gyakorlat nem érintett sérülékeny fogyasztói kört, az eljáró versenytanács megítélése szerint a jelen esetben az eljárás kötelezettségvállalással történő lezárásával elérhető előnyökhöz képest jelentősebb közérdek fűződik a tényállás teljes körű tisztázásához és a magatartás jogi minősítéséhez, mivel ez lehetőséget biztosít a fentebb hivatkozott joggyakorlat egyértelműbbé tételéhez, a piaci szereplők körében történő megerősítéséhez, továbbá hozzájárulhat a szoláriumozással kapcsolatos kockázatok fogyasztók körében való ismertebbé tételéhez. A vállalatok elfogadása ellen szól továbbá az is, hogy az eljárás alá vont a megelőző 10 évben hasonló magatartás következtében már elmarasztalásra került [Kötelezettségvállalási közlemény 14. f) pont].

140. Az eljárás alá vontnak az ismétlődésre vonatkozó szabály alaptörvényellenességével kapcsolatos előadásával összefüggésben az eljáró versenytanács utal a Fővárosi Törvényszék 105.K.700.879/2018/60. ítéletére,⁸³ amely az EUB ítélezési gyakorlatára⁸⁴ hivatkozással kimondta, hogy „a versenyszabályok megfelelő alkalmazása megköveteli, hogy a versenyhatóság (így az alperes) bármikor a bírságok növeléséről dönthessen. Ezért a piaci szereplőknek (így a felpereseknek) eleve nem keletkezhet sem olyan jóhiszeműen szerzett és gyakorolt joguk, sem olyan jogos várakozásuk - a jogállamiság, a jogbiztonság és az ügyfélegyenlőség követelményeire is tekintettel -, hogy a hatóság nem fog idővel változtatni a bírságok mértékén, vagy éppen nem fog idővel új számítási módszert kidolgozni. Ezért az adott esetben a felpereseknek azt észszerűen előre látniuk kellett, alappal számíthattak arra, hogy az alperes bírságolási politikája, bírságközleménye változhat, így az alperes nem sértette meg a visszaható hatály tilalmát sem, amikor a megjelenése előtti perbeli magatartásra alkalmazta az Új bírságközleményt.”⁸⁵ A Fővárosi Törvényszék megállapította továbbá, hogy az új bírságközlemény „nem visszaható, hanem azonnali hatályt állapít meg, vagyis az új közlemény a folyamatban lévő (még nem lezárt)

⁸³ VJ/20/2017. számú ügy kapcsán

⁸⁴ Dansk Rorindustri (C-189/02. P., C-202/02. P. C-205/02. P-C-208/02. P. és C-213/02. P. számú egyesített) ügyben hozott ítélet 169., 171-173., 227-232. pontjai; Archer Daniels Midland (C-397/03. P. számú) ügyben hozott ítélet 21-26. pont

⁸⁵ Ld. az ítélet 40. pontját.

jogviszonyokra is alkalmazandó, ami a magyar jogrendben megengedett.”⁸⁶ Mindezek analógiájára az eljáró versenytanács nem osztotta a Sun System azon álláspontját, hogy a VJ/87/2010. számú ügy az ismétlődés keretében ne lenne figyelembe vehető.

141. Mindezekre tekintettel az eljáró versenytanács a Sun System által felajánlott intézkedéseket kötelezettségvállalásként nem tudta elfogadni.

VIII.8. Az eljárás alá vont felelőssége

142. Az Fttv. 9. § (1) bekezdésében alkalmazott érdek-elv figyelembevételével a jelen versenyfelügyeleti eljárás során vizsgált kereskedelmi gyakorlattal kapcsolatban az eljárás alá vont vállalkozás felelőssége megállapítható, tekintettel arra, hogy az érintett szolgáltatások igénybevételének ösztönzése közvetlenül érdekében áll, részben a saját maga által működtetett szalonok bevétele révén, részben pedig a kereskedelmi gyakorlattal ugyancsak népszerűsített franchise hálózatból származó bevétel formájában. [ÜZLETI TITOK]

143. A közzétett kereskedelmi kommunikációkért a Sun System felelőssége azért is megállapítható, mivel a vizsgált kommunikációkat ő alkotta meg, illetve tette közzé.

VIII.8. Összegzés

144. A fentebb részletesen kifejtettekre tekintettel az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a Sun System tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor a Chocolate Brown szoláriumokat illetve szolárium csöveket egyes kommunikációs eszközökön akként népszerűsítette, hogy azáltal megtévesztő módon azt sugallta a fogyasztóknak, hogy a saját üzemeltetésében lévő illetőleg a franchise hálózatába tartozó szoláriumok

- egészségesek (2016 tavaszától kezdődően),
- bőrkímélőek (2017 novemberétől kezdődően),
- hozzájárulnak az egészség megőrzéséhez azáltal, hogy „1,7 perc alatt 1000 NE” D-vitamint termelnek (2015 februárjától kezdődően),
- az egészségi állapot megőrzésével, javításával, a betegségek megelőzésével, kockázatuk csökkentésével kapcsolatos hatásokkal rendelkeznek, különösen az influenza elleni védekezéssel összefüggésben,

noha a tudomány jelenlegi állása szerint a szoláriumozás – a bőrrák kialakulásának fokozott veszélye folytán – hosszabb távon kedvezőtlen hatást gyakorol az egészségre és gyorsítja a bőr öregedését.

145. A Sun System előzőekben ismertetett magatartásával megvalósította az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pont bj) alpontja szerinti tényállást, és ezzel megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat.

VIII.9. Jogkövetkezmények

146. A Tpv. 78. § (8) bekezdése szerinti figyelmeztetés alkalmazására az eljáró versenytanács nem látott lehetőséget, mivel nem teljesül az a feltétel, hogy az eljárás alá vonttal szemben első alkalommal kerül sor jogsértés megállapítására.

147. Figyelemmel ugyanakkor arra, hogy az eljárás alá vont által benyújtott kötelezettségvállalás – melynek kötelezettségvállaláskénti elfogadását az eljáró versenytanács a fentebb részletesen kifejtettek miatt nem látta indokoltnak, de amelynek

⁸⁶ Ld. az ítélet 36. pontját.

megvalósítását az eljárás alá vont arra az esetre is vállalta, ha az eljáró versenytanács ugyan a jogsértést megállapítaná vele szemben, azonban a bírság kiszabását mellőzné – egy komplex, többemű intézkedéscsomagot tartalmaz, amely egyaránt alkalmas a Sun System magatartása jogszabályokkal való összhangjának megteremtésére, a jövőbeni hasonló jogsértések elkerülésére mind az eljárás alá vont, mind pedig a franchise hálózatába tartozó partnerek tekintetében, valamint az érintett fogyasztók kompenzálására, tájékozottságuk növelésére, az eljáró versenytanács arra a következtetésre jutott, hogy bírság kiszabása helyett ezen intézkedések megvalósítását írja elő kötelezettségként az eljárás alá vont számára. Az eljáró versenytanács ezen döntése meghozatalakor mérlegelte azt is, hogy a Sun System az eljárás során a hatósággal együttműködött: a jogsértő magatartásokkal nagyrészt felhagyott, a jogsértését részben elismerte, az eljárás egyes aspektusairól és azok következményeiről partnereit több ízben is értesítette. Ugyancsak figyelemmel volt arra az eljáró versenytanács, hogy a kifogásolt kereskedelmi gyakorlat az eljárás alá vont kommunikációs aktivitásának csak egy viszonylag kisebb jelentőségű részében jelent meg, és relatíve alacsonyabb látogatottságú honlapokon, Facebook posztokban valósult meg. Végezetül az eljáró versenytanács az eljárás alá vont Covid-19 járvány miatti, igazolt pénzügyi nehézségeire is tekintettel volt.

148. Mindezen körülményeket összességében értékelve az eljáró versenytanács bírság kiszabását mellőzte, ugyanakkor a Sun System eljárás alá vont vállalkozást a jelen határozat mellékletében található kötelezettségek megvalósítására kötelezi a Tpvt. 76. § (1) bekezdés i) pontja alapján. Felhívja a figyelmet az eljáró versenytanács, hogy a kötelezettségek teljesítését a GVH a Tpvt. 77. § (1) bekezdés d) pontja alapján utóvizsgálat keretében ellenőrizheti, amennyiben az a rendelkezésre álló adatok alapján nem állapítható meg egyértelműen.

IX.

Eljárási kérdések

149. A Tpvt. 80/I. § szerint a jogorvoslatra a Tpvt. XII. fejezetében nem szabályozott kérdésekben az Ákr. rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni. Az Ákr. 112. § szerint a hatóság határozata ellen önálló jogorvoslatnak van helye, a 113. § (1) bekezdése szerint a közigazgatási per kérelemre induló jogorvoslati eljárás. A 114. § (1) bekezdése szerint az ügyfél – az önálló fellebbezéssel nem támadható végzések kivételével – a véglegessé vált döntés ellen közigazgatási pert indíthat.
150. 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.
151. 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.

152. 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.
153. 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.
154. Az illetékekről szóló 1990. évi XCIII. törvény (a továbbiakban: Itv.) 37. § (1) bekezdése szerint a bírósági eljárásért az Itv.-ben megállapított illetéket kell fizetni.
155. Az Itv. 45/A. § (2) bekezdése alapján az illeték alapjára a 39-41. §§-ban foglaltakat, az illeték mértékére a 42. §-ban foglaltakat kell alkalmazni a marasztalási perben, valamint akkor, ha az eljárás tárgya adó-, illeték-, adójellegű kötelezettséggel, társadalombiztosítási járulék- vagy vámkötelezettséggel, versenyfelügyeleti üggyel, sajtótermékkel és a panaszügyek kivételével médiaszolgáltatással, továbbá elektronikus hírközléssel vagy közbeszerzéssel kapcsolatos.
156. Az Itv. 62. § (1) bekezdés h) pontja alapján a közigazgatási bírósági eljárásban a felet illetékfeljegyzési jog illeti meg. Az Itv. 59. § (1) bekezdése szerint az, akit tárgyi illetékfeljegyzési jog illet meg, mentesül az illeték előzetes megfizetése alól. Ilyen esetben az fizeti az illetéket, akit a bíróság erre kötelez.
157. A Tpv. 77. § (1) bekezdés d) pontja alapján a GVH utóvizsgálat keretében hivatalból ellenőrzi az eljáró versenytanács végrehajtható határozatában előírt, meghatározott cselekmény elvégzésére, meghatározott magatartás tanúsítására vagy attól való tartózkodásra vonatkozó, az a)-c) pontban nem említett kötelezettség teljesítését, ha az a rendelkezésre álló adatokból nem állapítható meg. Ugyanezen szakasz (4) bekezdése szerint az utóvizsgálat az eljáró versenytanács határozatában meghatározott teljesítési határidőtől, folyamatos kötelezettség, illetve a 30. § (3) bekezdése szerinti utólagos feltétel esetén a kötelezettség, illetve a feltétel fennállásának határozatban előírt utolsó napjától, ennek hiányában a határozat véglegessé válásától számított öt éven belül indítható. E határidőbe nem számít bele az az időtartam, amely alatt a határozat végrehajtása nem foganatosítható. A (6) bekezdés d) pontja értelmében pedig a vizsgálónak az utóvizsgálatban előterjesztett jelentése alapján az eljáró versenytanács a feltétel teljesülésének, illetve az előírt kötelezettség teljesítésének megállapítása esetén az utóvizsgálatot végzéssel megszünteti, ennek hiányában az (1) bekezdés d) pontja szerinti esetben elrendeli a kötelezettség végrehajtását vagy bírságot szab ki.
158. A Tpv. XII/A. fejezete rendelkezik a GVH döntésének végrehajtásáról.
159. A Tpv. 84/A. § alapján a végrehajtásra a fejezetben nem szabályozott kérdésekben az Ákr. rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni.

160. A Tptv. 84/B. § (1) bekezdése értelmében az eljáró versenytanács a döntésében előírt meghatározott cselekmény elvégzésére, meghatározott magatartás tanúsítására vagy attól való tartózkodásra vonatkozó kötelezettség (a továbbiakban együtt: meghatározott cselekmény) végrehajtásának elrendelésével egyidejűleg – ha a meghatározott cselekmény teljesítése más végrehajtási módon keresztül hatékonyan nem biztosítható – végrehajtási bírságot szab ki.
161. 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, 2020. október 16.

Váczai Nóra s.k.
előadó versenytanácsstag

dr. Gál Gábor s.k.
versenytanácsstag

dr. Szoboszlai Izabella s.k.
versenytanácsstag

Melléklet

I. A vizsgált magatartások abbahagyása

I.1. A Sun System Kft. köteles a jelen határozat közlésétől számított 15 napon belül az alábbi állítások (a továbbiakban: nem alkalmazható állítások) reklámozásával, illetve közlésével felhagyni, illetve a jövőben azoktól tartózkodni:

- a szoláriumok, illetve a szoláriumozás egészséges;
- a szoláriumozás bőrkímélő;
- a szoláriumozás hozzájárul az egészség megőrzéséhez azáltal, hogy D-vitamint termel;
- a szoláriumozás az egészségi állapot megőrzésére, javítására, a betegségek megelőzésére és az ehhez kapcsolódó kockázatuk csökkentésére alkalmas, illetve az influenza elleni védekezésben is segít.

I.2. A Sun System Kft. köteles a jelen határozat közlésétől számított 30 napon belül a jelen határozat tartalmáról, a nem alkalmazható állítások köréről a franchise partnereit igazolhatóan, írásban értesíteni, és felhívni őket arra, hogy ezektől az állításoktól a jövőben tartózkodjanak, illetve azokat az általuk alkalmazott kommunikációkból távolítsák el.

I.3. A Sun System Kft. köteles a jelen határozat közlésétől számított 60 napon belül a Csokiszolárium Franchise Kézikönyvet akként módosítani, hogy abban egyértelmű tilalmat fogalmaz meg a nem alkalmazható állítások körét illetően. A módosított Franchise Kézikönyvet a Sun System Kft. köteles a Csokiszolárium Hálózat franchise tagjainak közvetlenül megküldeni elektronikus úton.

II. Fogyasztói kompenzáció

II.1. A Sun System Kft. köteles azoknak a fogyasztóknak 3.000 Ft/fő kompenzációt fizetni, akik a Csokiszolárium Hálózatban a 2018. 03. – 2019. 03. közötti időszakban első alkalommal váltottak szolárium bérletet, tehát új bérlet vásárlóként regisztráltak a Csokiszolárium Hálózatban (a továbbiakban: kompenzációra jogosultak). A Csokiszolárium Hálózat tagjainak nyilvántartásai szerint a kompenzációra jogosultak száma hozzávetőlegesen 2500 fő

II.2. A kompenzáció igénybevételére a kompenzációra jogosultak személyesen vagy meghatalmazott útján jogosultak abban a szolárium stúdióban, amelyben a bérletet az érintett időszakban megváltották. A kompenzációra jogosult választhat, hogy kézpénzben kéri-e kompenzációt, vagy azt beváltja ezzel azonos értékű bérletfeltöltésre. A kompenzáció igénylésére a jelen határozat közlését követő 1 évig van lehetőség. A kompenzáció kiosztása, az ezzel járó adminisztrációs teendők megvalósítása és a kompenzációra jogosultak felkutatása és kontaktálása érdekében a Sun System Kft. a Csokiszolárium Hálózat tagjait veszi igénybe teljesítési segédként. A Sun System Kft. köteles a kompenzáció nyújtásáról, igénybevételének feltételeiről a fogyasztókat a Facebook oldalán elhelyezett posztban is tájékoztatni.

II.3. A Sun System Kft. azt az összeget, amely a jelen határozat közlésétől számított 1 éves időszak elteltével nem kerül a – Csokiszolárium Hálózat tagjainak nyilvántartásában szereplő – kompenzációra jogosult fogyasztók által lehívásra, köteles az 1 év elteltét követő 30 napon belül közérdekű célra a Heim Pál Gyermekkorháznak támogatás jogcímén átutalni.

III. Fogyasztói edukáció

III.1. A Sun System Kft. köteles a jelen határozat közlésétől számított 60 napon belül a kíméletesebb szoláriumozás előnyeiről és az erősebb csövek fokozottabb veszélyeiről, továbbá a szoláriumozás általános kockázatairól és hatásairól szóló fogyasztói edukációs kampányt indítani és azt 12 hónapon át folyamatosan fenntartani.

III.2. Az edukációs kampány megvalósítására a Sun System Kft. az alábbiak szerint köteles:

- a <http://csokiszolarium.hu/> honlap főoldalán bannereket helyez el, amelyek egy külön erre a célra létrehozott edukációs al-oldalra vezetik a látogatót, amely jól strukturáltan, átlátható módon és közérthető megfogalmazással fogja tartalmazni a III.1. pontban leírt edukációs elemeket;
- edukációs szórólapokat készít, amelyeket a Csokiszolárium Hálózat tagjainak üzleteiben a fogyasztók számára elérhetővé tesz;
- az edukációs kampány fő üzeneteit Facebook kampányban is népszerűsíti a Sun System Kft. hivatalos Facebook oldalán.

IV. Megfelelési program

IV.1. A Sun System Kft. köteles a jelen határozat közlését követő 60 napon belül megfelelési szabályzatot kidolgozni (a továbbiakban: Megfelelési Szabályzat). A Megfelelési Szabályzat a fogyasztóvédelmi és reklámjogi előírások összegzésére fogja a hangsúlyt helyezni és a korábbi joggyakorlat áttekintésével gyakorlati példákon keresztül fogja szemléltetni a szoláriumozási szolgáltatás hirdetése kapcsán megengedhető és meg nem engedhető állítások egyes típusait.

IV.2. A Sun System Kft. szintén a jelen határozat közlését követő 60 napon belül köteles a Megfelelési Szabályzat kötelező betartását a társaság munkavállalói és vezetői számára előírni, továbbá a Csokiszolárium Hálózat tagjai számára is kötelezővé tenni, azáltal, hogy azt beemeli a Franchise Kézikönyvbe.

IV.3. A Sun System Kft. köteles a franchise üzletek tulajdonosai és alkalmazottai számára 2021. március 31-ig a Megfelelési Szabályzatban foglaltak kapcsán oktatást szervezni.

IV.4. A Sun System Kft. köteles a marketing területen dolgozó munkavállalói és vezetői számára 2021. március 31-ig versenyjogi tréninget szervezni, amelynek keretében jogi tanácsadó segítségével közösen értelmezik a Megfelelési Szabályzat egyes részletszabályait.

IV.5. A Sun System Kft. a versenyjogi megfelelés minél szélesebb monitorálása céljából köteles a jelen határozat közlését követő 60 napon belül létrehozni egy 3 tagú szakértői bizottságot és kidolgozni a szakértői bizottság működésének eljárási szabályait. A Sun System Kft. köteles ezen ellenőrzési rendszert 2021. december 31-ig fenntartani. A szakértői bizottság feladata, hogy nagyobb kampányok előtt véleményezze a Sun System Kft., illetőleg a Csokiszolárium Hálózat kereskedelmi kommunikációinak főbb irányát (minden rádiós és televíziós reklámspotot és az online kommunikáció fontosabb üzeneteit). A Sun System kft. a szakértői bizottság által el nem fogadott kommunikációkat nem vezeti be.

V. A kötelezettségek teljesítésének igazolása

V.1. A Sun System Kft. köteles a jelen határozat közlését követő 3 hónapon belül jelentést küldeni a Gazdasági Versenyhivatal számára, a vizsgált magatartások abbahagyása keretében

előírt kötelezettségek teljesítéséről, a megfelelési program bevezetéséről, valamint az edukációs kampány és a fogyasztói kompenzáció megindításáról.

V.2. A Sun System Kft. köteles az edukációs kampány lezárultát követő 30 napon belül részletes jelentésben beszámolni a Gazdasági Versenyhivatal számára az edukációs kampány eseményeiről, a megtekintésekről és a felmerült költségekről, továbbá a kompenzált fogyasztók pontos számáról és a kompenzációt követően fennmaradó összeg fent megjelölt közérdekű célra történt átutalásáról. A Sun System Kft. ugyanezen határidőn belül köteles továbbá igazolni a IV.3. és IV.4. pontban szereplő oktatások megtörténtét, és konkrét példákon keresztül bemutatni a IV.5. pontban előírt ellenőrzési rendszer és szakértői bizottság működését.