



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj-147/2005/16.

AM/198/2006/2.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a Natur Arkánium Kft. eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt indult eljárásban - tárgyaláson kívül - meghozta az alábbi

Határozatot

A Versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított azáltal, hogy reklámjaiban, kozmetikumnak minősülő, árújának olyan gyógyhatást tulajdonított, mellyel az áru igazolhatóan nem rendelkezett.

A határozat felülvizsgálatát annak kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Bíróságnak címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtható keresettel lehet kérni.

Indokolás

A Gazdasági Versenyhivatal az 1996. évi LVII. törvény (Tpv.) 70. § (1) bekezdése alapján hivatalból indított eljárást annak megállapítására, hogy az eljárás alá vont vállalkozás azáltal, hogy az általa forgalmazott *Neoplant* elnevezésű natúrkozmetikum ismertetése, reklámozása során a terméknek betegségmegelőző, továbbá gyógyító, illetve ezáltal olyan élettani hatást tulajdonított, amelyek kizárólag a gyógyszerként törzskönyvezett készítményektől elvárhatóak, a Tpv.8. §-ába ütköző magatartást tanúsított-e.

I.

Tényállás

1. A 2003. decemberében alakult eljárás alá vont vállalkozás fő tevékenységi körébe tartozik a 15.89 TEÁOR számú, máshova nem sorolt egyéb élelmiszer gyártása.
A vállalkozás 2004. októberében kötött kizárólagos forgalmazói szerződést a Neoplant krém forgalmazására. A forgalmazás - mely országos - 2005. márciusától indult meg.

A terméket népszerűsítő terméktájékoztatót tartalmazó szórólapok hozzáférhetőkké váltak a patikákban, illetve az ezekkel kapcsolatos reklámokat országos és helyi lapokban jelentették meg.

A társaság a 2004. évi éves beszámolója alapján 96.000,- forint nettó árbevételre tett szert. A vizsgálat tárgyát képező Neoplant terméket 2004-ben még nem forgalmazta. A vizsgálat érintett termék 2005. I. félévi értékesítéséből származó árbevétele 22.287.236 forint volt (Vj-147/2005/5/9.)

2. Az áru piac.

2.1. Magyarországon egyre többen használják a természetes alapanyagokból készült gyógytermékeket és gyógy kozmetikum jellegű készítményeket.

A natúr kozmetikumok általános jellemzői, hogy természetes hatóanyagokból készülnek, mint pl. növényi olajok, -zsírok, -aromák, lehetőleg bio-, vagy bio- dinamikus (Demeter) gazdálkodásból származnak, nem tartalmaznak mesterséges konzerválószerkeket, illatanyagokat, vegyi alapanyagokat: pl. paraffinolajat, szilikont, kőolaj származékokat, melyek nem szívódnak fel, így akadályozzák a bőr légzését. A termékeknél nem megengedett bizonyos állati eredetű anyagok (nercolaj, állati zsírok, kollagén, stb.) használata, illetve a azokat nem tesztelik állatokon, továbbá mentesek a radioaktív besugárzástól és génmanipulációtól.

Fenti kritériumok ellenőrzésére több szervezet jött létre a világon (pl: BDIH, Ecocert), kiknek ellenőrzése biztosítékot ad arra, hogy tiszta, kontrollált natúr/biokozmetikum legyen a termék. Magyarországon nincs olyan szerv, aki ezen termékek tanúsítását elvégezné, így termékeiket az előállítók sorolják fenti kategóriába. A natúrtermékek palettája igen színes, vannak pl. természetes naptejek, arc- és testápolási termékek, hajfestékek, tisztítószerek, illóolaj-keverékek.

2.2. Az összetétel, a hatóanyag-tartalom változásának tendenciája és a szintetikus anyagok elterjedése a szépségápolást „durva” iparággá fejlesztette, ahol az egymás ellen küzdő cégek mindent bevetnek a vásárlók meggyőzése érdekében. A kereskedelemben kapható kozmetikumok nagy része vegyi anyagokból áll, tartósítószerkeket tartalmaz, és azokat gyakran állatokon tesztelik.

2.3. A népi gyógyászatból számos gyógynövény ismert, amelyeket a különböző bőrbántalmakban szenvedő emberek életminőségének javítására szolgáló készítményekben használnak fel az előállítók.

Ezek a termékek, amelyek bőrgyulladások, bőrkiütések, égési sérülések, aranyeres problémák enyhítésére szolgálnak - pl. a Feketenadálytó krém, Körömvirág krém, Dermin kenőcs, Aranyér elleni kenőcs - nem gyógyszerek, azok az OGYI által engedélyezett, gyógyszernek nem minősülő gyógyhatású készítménynek minősülnek. (pl. a Naturland Kft., a Fahrvitex Kft. az OGYI által engedélyezett, gyógyszernek nem minősülő gyógyhatású készítményeket is forgalmaznak).

2.4. A vizsgált termék a patikákban, gyógynövény-, és illatszerboltokban kapható natúr-kozmetikum készítmények közé sorolható, amelyeket szépség-, egészség-megőrzési, illetve speciális igényeik kielégítése céljából keresnek a fogyasztók.

A Neoplant termék kozmetikum, de a 2.1. pontban felsorolt, és kontrollált hatásai révén érinti a gyógyszernek nem minősülő gyógyhatású termékek piacát is.

3. A KERMI Minőségellenőrző és Szolgáltató Kft. 1997.09.02.-i dátummal állított ki forgalmazást lehetővé tevő szakvéleményt a Dr. Pál Katalin által előállított Neoplant bőrápoló termékről (Vj-147/2005/7/2.).

4. Az OÉTI 1999-ben 5533/1999. számon adta ki a Neoplant bőrregeneráló krém egészségügyi tanúsítását 3 évre a korábbi forgalmazónak, a Neoplant Kft-nek. Az eljárás alá vont vállalkozás a további forgalmazáshoz 1448/2003. számon kapott hosszabbítási engedélyt.

4.1. Az engedélyezési eljárásban jóváhagyott címketervnek az eljárás szempontjából releváns része:

Neoplant bőrregeneráló kozmetikum

A készítmény természetes, a népgyógyászatban már ősidők óta használt növényi hatóanyagokat tartalmaz. Bőrregeneráló hatású, könnyen felszívódó kozmetikum.

4.2. A doboz felirata (Vj-147/2005/5. és Vj-147/2005/7/2.) szerint az 50 ml Neoplant natúrkozmetikum magyar szabadalom, mely Kermi és OÉTI. Engedéllyel rendelkezik, ajánlott fogyasztói ára pedig 2660 FT.

A dobozban található termékleírás arról informált, hogy a Neoplant bőrápoló krém magas karotin, C-vitamin, klorofil és egyéb növényi hatóanyag tartalma miatt bőrfiatalító és regeneráló hatással rendelkezik.

A készítmény színezék és illatanyag mentes, kizárólag természetes növényi hatóanyagokat tartalmaz.

A Neoplant kozmetikum használata gyulladt, száraz, hámló bőrproblémáknál látványos javulást eredményez. A kezelések hatására a bőr kisimul, visszanyeri rugalmasságát, nedvességtartalmát, a gyulladások, viszketések megszűnnek a regenerálódási folyamatok felgyorsulnak.

A Neoplant alkalmazásakor hámosodás indul el, a sebgyógyulás folyamata felgyorsul, a seb beheged. Bőrnyugtató regeneráló hatása miatt irritált bőrfelület kezelésére is használható.

A termékleírás a következő bőrproblémákra javasolta a terméket: gyulladt, mitesszeres, pattanásos bőr, hámló gyulladt bőr, csalánkiütésnél, allergiás bőrproblémáknál, nehezen gyógyuló sebeknél.

5. A Neoplant bőrregeneráló krém népszerűsítése során többféle reklámhordozón ismertették a terméket, illetve annak hatásosságát.

5.1. Szórólapok:

5.1.1.2005. júliusában az alábbi tartalmú szórólap került piacra a patikákban (Vj-147/2005/7/3.):

Neoplant Természetes Natúrkozmetikum

Természetes és gyors segítség a bőrbetegségeknél:

Neurodermitisz,

Allergiás bőrproblémák,

Pikkelysömör,

Ekcéma,

Felfekvések,

Pattanásos bőr,

Nehezen gyógyuló sebek,

Lábszárfekély

A lap alján Dr. Czenke Livia háziszakorvos (Miskolc) akként nyilatkozott, hogy

„Kb. fél éve fennálló ekcémás bőrelváltozásnál ajánlottam a Neoplant natúrkozmetikumot egy betegemnek, akinél bőrgyógyászati kezelésekkkel nem tudtak változást elérni. A Neoplant natúrkozmetikum alkalmazása után két héttel lényeges javulás, majd teljes gyógyulás következett be.”

Az eljárás alá vont úgy nyilatkozata szerint a szórólapból 10.000 db készült. Ezeket a példányokat 2005. március 31. és 2005. május 3. között terjesztették, azokat kb. 80-100 patikába helyezték ki. A 10.000 példányból megmaradt 3000 példányt megsemmisítették.

5.1.2. 2005. május 3-tól a következő, megváltoztatott szövegű szórólapot terjesztették (Vj-147/2005/7/2.), melyből a vizsgálat megindításáig 50.000 példány került kinyomtatásra:

Neoplant Természetes Natúrkozmetikum

Természetes és gyors segítség a bőrproblémákra

Hámsérülések,

Hámló pikkelyes bőr,

Gyulladásos bőr,

Száraz, durva bőr,

Allergiás bőr,

Rovarcsípések,

Pattanásos, zsíros bőr,

Nehezen gyógyuló sebek

5.1.3. Az eredeti és a módosított szövegű szórólap hátoldalán referencia akciót hirdetett a forgalmazó, amelyben kérte a fogyasztókat, hogy osszák meg tapasztalataikat a forgalmazóval. A beküldők között nagy értékű tárgynyermények kisorsolását helyezték kilátásba. A beküldött számos fogyasztói beszámolóból megállapítható, hogy a vásárlók rendkívül elégedettek a termékkel. Az ekcémás és pikkelysömörös bőrfelületeken jelentős javulást tapasztalnak a krém használói.

Néhány fogyasztói vélemény:

„A 4 és fél éves kislányunknál csecsemőkorban jelentkezett az ekcéma. A bőrgyógyászati kezelésre nem nagyon reagált.... Neoplant krémmel ... 5 nap után ... puha sima lett a bőre, nem viszket, ... nyoma sincs az ekcémának.” – Rékasiné Török Anita

„Állítólag fémallergia okozza mindkét tenyerem időszakos gyulladását, és állandó viszketését. Lehet még egy bizonyos ekcéma is a sok közül, mert időnként nagyon száraz foltok jelennek meg rajta és hámlik, repedezik a felületük. A kenőcsük (Neoplant) használata óta ilyesmi már nem fordul elő, a kínzó viszketés is 90%-ban megjavult, a gyulladás is elmúlt.” – Dr. Vajk Lászlóné, Budapest

„A Kisalföld újságban olvasva azonnal megvásároltam a ... Neoplant krémet, mivel férjemnek lábszárfekélye van. Két heti kezelés után jelentős javulás állt be nála.” – Szabó Istvánné, Mosonmagyaróvár

„Lábszárecémával, könyök és fejbőrön lévő pikkelysömörrel küszködöm évek óta, semmi nem használt. A Neoplantból 1 dobozzal használtam el és nagyon szép javulást tapasztalok, továbbra is fogom használni.” - Német Károlyné, Polgárdi

6. Újsághirdetések

6.1. Az eljárás alá vont négyféle reklámszöveget jelentetett meg, amelyek 30 országos vagy megyei lapban (Dunántúli Napló, Békés Megyei Hírlap, Szabad Föld, Blikk, Metro, stb.) jelentek meg, többnyire egy, ritkábban két alkalommal. (A lapok teljes listáját a Vj-147/2005/8/1. sz. irat tartalmazza.)

A cikkek 'Gyógyír a pikkelysömörre', 'Gyógyír a bőrproblémákra' címmel jelentek meg, és a bőrbetegségek (pikkelysömör, ekcéma, lábszárfekély, gombás bőrproblémák, stb.) hatékony kezelésére ajánlották a terméket (Vj-147/2005/8/3).

Ezekben a reklámcikkekben szerepeltek azok az állítások, amelyek a versenyfelügyeleti eljárás megindítását megalapozták, így pl.: Az ekcémás bőrproblémák tünetei napokon belül csökkentek, néhány beteg egy hét után szinte teljesen meggyógyult. A Neoplant krémet használták lábszárfekélyek, felfekvések, műtéti hegek kezelésére, valamint gombás bőrproblémáknál is. A sebek regenerálódása minden esetben gyorsult és csökkent a gyógyulási idő. A több mint öt éves teszt alatt az orvosok és a természetgyógyászok mellékhatásokat vagy allergiás reakciókat nem tapasztaltak... ”

A Fejér Megyei Hírlap 2005. április 12-i számában hirdetés jelent meg a Neoplant termékről Gyógyír a pikkelysömörre címmel, amely az alábbi állításokat tartalmazta:

„Pál Katalin a krém feltalálója, a biológiai tudományok kandidátusa elmondta: pikkelysömörnél az esetek 80 százalékában egy hetes kezelés után látványos javulást tapasztaltak. Egy-két hónap alatt pedig tünetmentességet sikerült elérni. Az ekcémás bőrproblémák tünetei napokon belül csökkentek, néhány beteg egy hét után szinte teljesen meggyógyult. A Neoplant krémet használták lábszárfekélyek, felfekvések, műtéti hegek kezelésére, valamint gombás bőrproblémáknál is. A sebek regenerálódása minden esetben gyorsult és csökkent a gyógyulási idő. A több mint öt éves teszt alatt az orvosok és a természetgyógyászok mellékhatásokat vagy allergiás reakciókat nem tapasztaltak... ”

6.2. A 2005. május-júniusától megjelent reklámcikkben (Vj-147/2005/5/12.) (pl. Népszabadság Oázis melléklete) már bőrvédő natúrkozmetikumként népszerűsítik a terméket bőresztétikai tünetek enyhítésére. A reklámcikkben nem esik szó olyan komoly bőrbetegségekre, mint pikkelysömör, ekcéma, lábszárfekély elleni hatásosságról, ehelyett különféle eredetű bőrproblémák, bőresztétikai tünetek (viszketés, bőrhámlás, stb.) csillapítására ajánlották a terméket.

Ezek a cikkek is kihangsúlyozzák a termék többéves tesztelését, amely során nem tapasztaltak mellékhatásokat vagy allergiás reakciókat.

7. Internetes népszerűsítés

7.1. A www.neoplant.hu Internetes oldalon megtalálható volt (Vj-147/2005/7/1c.) a Neoplant termék-leírása, melyben a terméket különféle gyulladással és hámsérüléssel járó betegségek kezelésére és gyógyítására ajánlották, hasonlóan, mint a kifogásolt szórólapon (Vj-147/2005/2.):

- pikkelysömör
- neurodermitisz
- lábszárfekély
- aranyér
- ekcéma
- égési sérülések
- napégés
- szőrtüszőgyulladás
- allergiás problémák
- gombás bőr
- nehezen gyógyuló sebek

A szöveg nevesítette a lábszárfekélyt is.

A vizsgálat ideje alatt már nem volt fellelhető a szövegezés a társaság honlapján. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint ezek a tájékoztatások alig két hónapig voltak hozzáférhetőek.

7.2. 2005. május közepétől változtatták meg a honlap szövegét a jelenlegire, ahol a krémet különféle nehezen kezelhető bőrproblémákra mint, pl. hámló-, pikkelyes-, száraz durva-, pattanásos bőr, nehezen gyógyuló sérülések, rovarcsípések, allergiás kiütések stb. kínálják lehetséges alternatívaként.

8. Hirdetési költségek

Az országos és helyi lapokban való megjelenés 2005. I. félévi költsége 5.150.475 forint volt. A nyomdai anyagok közül a szórólapok költsége 510.000 forintot tett ki. (Vj-147/2005/8.)

9. Szakhatóság állásfoglalások

9.1. A Fodor József Országos Közegészségügyi Központ Országos Élelmezés- és Táplálkozás-tudományi Intézetéhez (OÉTI) állásfoglalása (Vj-147/2005/6. sz. irat):

Az OÉTI véleménye szerint a jelenlegi reklámanyag szövege teljesen eltér az engedélyezési eljárásban elbírált címketerv szövegétől. Az OÉTI a terméket bőrregeneráló hidratáló arckrémként nevesítette.

9.2. Országos Gyógyszerészeti Intézet véleménye (Vj-147/2005/7/1b):

A Natur Arkánium Kft. által reklámozott Neoplant natúrkozmetikum nem az Intézet által törzskönyvezett – gyógy-, illetve gyógyszernek nem minősülő gyógyhatású készítmény kategóriájába eső – termék.

E nem hatáskörünkbe tartozó reklámok esetében fogyasztók megtévesztése miatt az Intézet csak akkor emel kifogást, ha a hirdetés állításai túlmutatnak azokon a kedvező élettani hatásokon melyek egy – jelen esetben natúrkozmetikum, kategóriába tartozó terméktől elvárhatók, és olyan hatásokat tulajdonítanak nekik, amelyek csak gyógyszerként, illetve gyógytermékként törzskönyvezett készítményekre lehetnek jellemzőek.

Az OGYI szakvéleménye szerint a hirdetések erősen kifogásolhatóak, mert állításaik messze túlmutatnak a natúrkozmetikumoktól elvárható hatásokon.

III.

9. Az eljárás alá vont vállalkozás előadta, hogy a Natur Arkánium Kft. honlapján nem volt hozzáférhető olyan tartalmú szöveg, melyben klinikai vizsgálatokra hivatkozott volna, mivel ilyen vizsgálatokat nem végzett.

Közel két hónapig fent voltak olyan tájékoztatások, melyek gombás bőrbetegségekre, fekélyre, pikkelysömörre vonatkoztak. Ezeket a betegségeket a fogyasztói visszajelzésekre és a feltaláló referenciáira alapítva tették fel a honlapra, hogy az említett betegségben szenvedők is találjanak támpontot gyógyulásukhoz.

A honlapon található információk 2005. április első hetétől 2005. május közepéig voltak fent. Ebben az időszakban az oldal látogatottsága 20-30 fő/nap között változott.

2005. májusában végezték el a jelenlegi módosítást a honlapon.

Az eljárás alá vont elismerte, hogy az információk szerepeltetésének oka a reklámtörvény és a vonatkozó jogszabályok nem teljes ismerete és a termék jótékony hatásának ismertetése volt. Miután más forgalmazók felhívták a figyelmüket, ezért kijavították ki azokat a hibákat, amelyeket az első időszakban elkövettek. Módosították a szórólapok és a hirdetések szövegét.

IV.

10. A vizsgálat megállapította, hogy az eljárás alá vont vállalkozás terméke kozmetikumnak minősül, amit az eljárás alá vont maga is elismert, nem vitatva, hogy a készítményt az OGYI nem vizsgálta, ugyanakkor termékét betegséget gyógyító, megelőző tulajdonságokkal ruházta fel, és a reklámcikkek, és szórólapok alapján a fogyasztók ekként keresték azt a patikákban.

11. A vizsgálat álláspontja szerint jelen ügyben a vállalkozás más piacot is megcélozva fejtette ki reklámtevékenységét, árúját a gyógyszernek nem minősülő gyógyhatású készítményeknek megfelelő hatással, illetve annak hamis látszatával ruházva fel. A hirdetésekben a termék emberi egészségre (bőrbetegségekre) gyakorolt hatása került a középpontba annak ellenére, hogy a termék – egyelőre - kizárólag kozmetikumként forgalmazható.

12. Fentiek alapján indítványozta a Tpv. 8. § (2) bekezdés a) pontjába ütköző jogsértés megállapítását, mivel a vizsgált termék lényeges tulajdonsága, azaz egészségre gyakorolt hatása tekintetében megtévesztésre alkalmas tájékoztatást tettek közzé.

Indítványozta továbbá a kifogásolt információk további közzétételétől való eltiltást, továbbá 1 millió forint bírság kiszabását.

A bírság összegének megállapítása során a vizsgálat figyelemmel volt a versenyhez fűződő érdek veszélyeztetésének mértékére, az eljárás alá vont piaci helyzetére, a jogsértő magatartás tanúsításának rövid időtartamára, a tájékoztatással elért fogyasztók számára, és az eljárás alá vont mulasztását elismerő magatartására.

V.

13. A kozmetikai termékek biztonságosságáról, gyártási, forgalmazási feltételeiről és közegészségügyi ellenőrzéséről szóló 40/2001 (XI.23.) EüM 11.§-a értelmében és a rendelet módosítására kiadott 5/2004 (II.10.) ESzCsM rendelet alapján, tilos kozmetikumot nem kozmetikai (pl. terápiás hatás) hatásra hivatkozással, illetve céllal forgalomba hozni és reklámozni...”

E rendelet alkalmazásában kozmetikai termék minden olyan anyag vagy készítmény, amely külsőleg az emberi testtel (bőr, szőrzet, köröm, ajak, külső nemi szervek) érintkezésbe kerül vagy a fogakkal és a szájüreg nyálkahártyájával érintkezik elsődlegesen azzal a céllal, hogy azokat tisztítsa, illatosítsa, védje, ápolja, megjelenését megváltoztassa, illetve kiküszöbölje a kellemetlen testszagot.

Az emberi felhasználásra kerülő gyógyszerekről szóló 1998. évi XXV. törvény 4. § a) pontja értelmében gyógyszernek minősül az olyan anyag vagy azok keveréke, illetve olyan készítmény, amelyet betegség megelőzése, felismerése, kezelése vagy élettani funkció fenntartása helyreállítása, javítása vagy módosítása céljából emberi szervezetben vagy emberi szervezeten alkalmaznak. E törvény 6. § (1) bekezdése értelmében, ha a törvény másként nem rendelkezik, gyógyszer – a magisztrális és a galenusi gyógyszer kivételével – csak akkor kerülhet forgalomba és akkor alkalmazható, ha a külön jogszabályban meghatározott hatóság a gyógyszer-törzskönyvbe bejegyezte, forgalomba hozatalát engedélyezte.

14. A gyógyszernek nem minősülő gyógyhatású anyagok és készítmények nyilvántartásáról és forgalomba hozataláról a 10/1987. (VIII.19.) EüM rendelet rendelkezik. A rendelet,

melynek értelmében gyógyszernek nem minősülő gyógyhatású készítmény az a természetes eredetű anyagokat tartalmazó készítmény, amely kedvező biológiai hatással rendelkezik, orvosi előírás nélkül is alkalmazható, és amely előírászerű használat esetén nem okoz egészségi ártalmat.

Új készítmény az OGYI engedélyével hozható forgalomba, illetve reklámozása is csak az OGYI által jóváhagyott használati utasítás szövegével összhangban lehetséges.

15. A gazdasági reklámtevékenységről szóló törvény 15. § (1) bekezdése a gazdasági reklámtevékenységre vonatkozó rendelkezések betartásának ellenőrzését, az e rendelkezések megsértése miatti eljárások lefolytatását a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség hatáskörébe utalja azzal a kivétellel, hogy a 15. § (2) bekezdése szerint a Grtv 7. és 7/A.§-aiba foglalt rendelkezésekbe ütköző, megtévesztő reklám esetén a Tpv-t-ben meghatározottak szerint a Gazdasági Versenyhivatal jár el.

VI.

15. A Tpv-t. 8. (1) bekezdése szerint tilos a fogyasztók gazdasági versenyben történő megtévesztése.

A Tpv-t. 8. § (2) bekezdés a.) pontja szerint a fogyasztók megtévesztésének minősül, ha a reklám az áru lényeges tulajdonsága - így különösen összetétele, használata, az egészségre gyakorolt hatása - tekintetében valótlan, vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állít, vagy valamely vállalkozás más módon tanúsít megtévesztésre alkalmas magatartást.

Jogsértő magatartásnak minősül az is, ha a vállalkozás elhallgatja, hogy az áru nem felel meg a jogszabályi rendelkezéseknek (Tpv-t. 8. § (2) bekezdés b.) pont).

15.1. A Tpv-t. 8. (1) bekezdése értelmében azon magatartásoknak van versenyjogi relevanciája, amelyek a fogyasztók döntési szabadságát jogellenesen, a versenyviszonyok torzítására alkalmas módon befolyásolják.

A fogyasztói döntések gazdasági versenyben való befolyásolására az a cselekmény alkalmas, amely a kínált árut más – adott esetben a gyógyszernek nem minősülő gyógyhatású -- árukhoz viszonyítva, a valósnál kedvezőbbnek tüntetik fel a fogyasztók előtt, előidézve azt, hogy az ennek folytán kialakuló fogyasztói döntés révén a reklámozó vállalkozás előnyösebb helyzetbe kerüljön a piacon.

15.2. A Versenytanács a Vj-1/2002 számú verseny felügyeleti eljárásban megállapította „közérdek fűződik az olyan termékek előzetes bevizsgálásához, ellenőrzéséhez, amelyek hatásukat (valamilyen módon) az emberi szervezetre fejtik ki”, továbbá csak jogszabályi felhatalmazással rendelkező intézmények jogosultak annak elbírálására, hogy egy adott termék milyen hatásmechanizmusú áruként hozható forgalomba.

Fentiekből következik, hogy az esetben, ha az eljárás alá vonti termékek nem estek át a gyógyhatás bevizsgálásához szükséges vizsgálatokon, azok a forgalom növelése érdekében legfeljebb kozmetikumként reklámozhatók a piacon.

A reklám jogellenességének megítélésénél figyelemmel kellett lenni arra, hogy a reklám - annak tartalmánál fogva - alkalmas-e a célzott fogyasztók, illetve fogyasztói réteg megtévesztésére.

Fenti szempontból a Tpvt. 9. §-ában foglaltakat kell figyelembe venni, miszerint a reklámokat az azokban használt kifejezéseknek a mindennapi életben, illetőleg a szakmában elfogadott általános jelentése alapján kell megítélni annak a megállapításakor, hogy a vizsgált tájékoztatás alkalmas-e a fogyasztók megtévesztésére.

15.3. A Versenytanácsnak fentieket alapul vizsgálta, hogy az eljárás tárgyát képező reklámok megvalósították-e a Tpvt. 8. § (2) bekezdés a) pontjában tilalmazott, valótlan állítással elkövetett jogsértést, illetve Tpvt. 8. § (2) bekezdés b) pontja szerinti elhallgatást akkor, amikor olyan gyógyhatásra is hivatkoztak egyes reklámjaikban, amik - az OÉTI által jóváhagyott címketervtől eltérve, és az OGYI által alá nem támasztottan – azt ígérték a fogyasztóknak, hogy a termék lényeges tulajdonságai közé tartozik egyes, a tényállásban részletezett betegségek gyógyítása is.

A Versenytanács álláspontja szerint az egyes betegségek vonatkozásában reklámozott gyógyhatás (pl. ekcéma, pikkelysömör), illetve az erre tett valótlan állítások, továbbá annak elhallgatása, hogy a gyógyhatás állításához szükséges OGYI engedély hiányzik, a Tpvt. 8. § (2) bekezdés a) és b.) pontjában írtak szerint jogsértőnek minősül, amit maga az eljárás alá vont vállalkozás sem vitatott.

A Versenytanács szerint az egészségügyi szakember megszólaltatása, valamint a patikákban és gyógynövényboltokban történő értékesítés hangsúlyozása tovább erősítették azt a képzetet, hogy egy teszteléssel alátámasztott, a megfelelő hazai egészségügyi hatóság által ellenőrzött és jóváhagyott gyógytermékről van szó.

15.4. Az eljárás alá vont vállalkozás - az iratokból megállapíthatóan – valamennyi vizsgált reklámhordozón felhagyott a jogsértő tevékenységgel, termékét új szövegezésű reklámokban népszerűsíti.

Fentiekre tekintettel a jogsértő magatartástól való eltiltása nem indokolt.

15.5. A kezdő vállalkozás - bár reklámozása a fogyasztókon túl másik piacot is érintett – az eljárásban együttműködött, a rövid ideig folytatott jogsértő tevékenységgel felhagyott, miáltal magatartása csekély piaci hatást váltott ki, ami a Versenytanács álláspontja szerint nem indokolta versenyfelügyeleti bírság kiszabását.

Budapest, 2006. január 15.