



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj/112-018/2010.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a dr. H.-B. Z. ügyvéd (Kajtár Takács Hegymegi-Barakonyi Baker & McKenzie Ügyvédi Iroda) által képviselt **Berlin Chemie / A. Menarini Kft.** (Budaörs) ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt indított versenyfelügyeleti eljárásban meghozta alábbi

h a t á r o z a t á t .

A Versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont 2010 májusa és 2010. november 15. között fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott az Ibustar gyógyszerkészítmény népszerűsítése érdekében alkalmazott IBDZ 100503 kódjelű betegájékoztató szórólapon feltüntetett állításokkal.

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

I n d o k o l á s

I.

A vizsgálat iránya

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) észlelte, hogy a Berlin Chemie/A. Menarini Kft. (a továbbiakban: Berlin Chemie) által alkalmazott kereskedelmi kommunikációkon (vásárláshelyi reklámanyagok, tévé reklámok) keresztül az eljárás alá vont olyan felszívódási és hatáskezdeti jellemzőket tulajdonít az általa Ibustar néven forgalmazott terméknek, amelyek az Országos Gyógyszerészeti Intézet (a továbbiakban: OGYI) által jóváhagyott alkalmazási előírásban nem szerepelnek (OGYI-T-20626.).

2. Ez a magatartás valószínűsíthetően a biztonságos és gazdaságos gyógyszer- és gyógyászatisegédeszköz-ellátás, valamint a gyógyszerforgalmazás általános szabályairól szóló 2006. évi XCVIII. törvény (a továbbiakban: Gyftv.) 17. §-a (1) bekezdésének d) pontjába ütközik.

3. Másrészről a vizsgált magatartás a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 6. §-a (1) bekezdésének bg), bj) és bk) alpontja megvalósításával valószínűsíthetően megsértette az Fttv. 3. §-a (1) bekezdésében írt tilalmat, amennyiben a termék adott célra való alkalmassága, a használatától várható eredmények, az egészségre gyakorolt hatása, illetve ellenőrzöttsége (engedélyezése) tekintetében valótlan információt tartalmazott, vagy valós tényről olyan módon jelentett meg, ami alkalmas lehet a fogyasztói magatartás torzítására, és ennél fogva – az Fttv. alkalmazásában – fogyasztók megtévesztésére valószínűsíthetően alkalmas volt.

4. A vizsgálattal érintett időszak 2010. január 1-jétől az eljárásindítás napjáig, 2010. november 15-ig tart.

II.

Az eljárás alá vont és terméke

Az eljárás alá vont

5. A Berlin-Chemie egyedüli tulajdonosa a Berlin-Chemie/Menarini Pharma GmbH (Németország). A Berlin-Chemie/Menarini Pharma GmbH irányítója és tulajdonosa az olasz Menarini-csoport.

6. Az eljárás alá vont végzi a Menarini-csoport gyógyszereinek a magyarországi forgalmazásához szükséges engedélyeztetését, biztosítja a gyógyszerekkel kapcsolatos folyamatos minőségi, gyógyszer-biztonságossági és információs törvényi kötelezettségek teljesítését. A vállalkozás forgalmazását elősegítő kereskedelmi gyakorlat keretében piackutatást, szakmai ismertetést, illetve fogyasztók felé történő kommunikációt végez (nyomtatott anyagok, online és elektronikus média megjelenések). A gyógyszerfejlesztés érdekében részt vesz klinikai, illetve beavatkozással nem járó vizsgálatok lebonyolításában is.

7. Az eljárás alá vont vállalkozás 2009. évi nettó árbevétele valamivel 2.3 milliárd forint felett volt.

8. A Versenytanács a Berlin Chemie / A. Menarini ellen indult Vj-115/2009. számú versenyfelügyeleti eljárás során megállapította, hogy az eljárás alá vont a 2008. november 1. és 2009. szeptember 16. közötti időszakban a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor televíziós reklámjaiban, online hirdetéseiben és vásárláshelyi reklámányaiban megtevesztésre alkalmas módon jelenítette meg, hogy a Fastum gél, illetve hatóanyaga, a ketoprofen – a nátrium-diklofenák, a piroxicam és a diclofenac epolamin hatóanyag-tartalmú készítményekhez viszonyítva – jobb felszívódási képességgel, és ennek következtében nagyobb fájdalom- és gyulladáscsökkentő hatékonysággal rendelkezik, valamint 2008. november 10-től hat héten át sugárzott televíziós reklámjában megtevesztésre alkalmas módon jelenítette meg, hogy a Fastum márka hatékony fájdalomcsillapító képessége következtében nyerte el a Superbrands 2008 díjat, ezzel megvalósítva az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdésében foglaltakat, megsértve az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését.

A termék

9. Az Ibustar fájdalomcsillapításra (elsősorban fejfájásra, ízületi fájdalmakra) és lázcsillapításra szolgál, a nem szteroid alapú gyulladásgátló gyógyszerek családjába tartozik (Non-Steroidal Anti-Inflammatory Drug / NSAID), hatóanyaga az ibuprofen. A készítmény vény nélkül kapható. Az ibuprofen az egyik leggyakrabban használt láz- és fájdalomcsillapító gyógyszerhatóanyag.

10. Az OGYI bioekvivalencia alapján összeállított helyettesíthetőségi listája az Ibuprofen helyettesítőjeként adja meg az Advil, az Algoflex és a Melfen nevű, azonos hatóanyag-alapú tablettákat, valamint a Nurofen Forte-t.

11. Az azonos hatóanyagú készítmények esetén a hatáskezdet a gyógyszer hatóanyag-leadásának függvénye. Az ibuprofen tartalmú tabletták elkészítésénél a gyógyszer technológia két, egymással ellentétes elvárásnak kell megfeleljen: egyrészt a tabletták legyenek szilárd, stabil, a tárolás során nedvességnek, hőnek álljon ellen, másrészt viszont a bevétel után, a gyomorba jutva minél gyorsabban essen szét, és adja le a hatóanyagot. Az Ibustar tabletták ez utóbbi tulajdonságában tér el a többi ibuprofen tablettától: egyes komponensek nedvesség hatására megduzzadnak, és szétmállasztják a tablettát, lehetővé téve a hatóanyag korai „kiszabadulását”.

12. Az eljárás alá vont a helyettesítők körébe sorol egyéb termékeket is, beleértve a paracetamol (pl. Saridon, Panadol Extra) és az acetilszalicilsav (pl. Aspirin) hatóanyagot tartalmazó készítményeket (Vj-112-04/2010. sz. irat 6. pontja).

13. A helyettesíthetőség kérdésének elsősorban vényköteles gyógyszerek esetében van jelentősége. Vény nélkül kapható készítményeknél, ugyanazon javallati körben, a gyógyszerésznek tágabb mozgástere van ajánlani készítményeket, és a betegeknek is lehetősége van választani akár a reklámok hatására is az eltérő hatóanyagú termékek közül. A fájdalom és láz csillapítására szolgáló vény nélkül kapható gyógyszereket általában televíziós reklámokban, hetilapokban, gyógyszerárakban elhelyezett szóróanyagokon népszerűsítik.

III.

A vizsgált magatartás

A vizsgált kereskedelmi kommunikáció

14. Az eljárás alá vont által alkalmazott kereskedelmi kommunikációk azon állításai képezték a vizsgálat tárgyát, amelyek az Ibustar néven forgalmazott gyógyszerkészítmény rendkívül gyors hatáskezdetére utaltak.

15. Az Ibustar viszonylag új termék a magyar piacon, 2010 májusától kapható.

16. A vizsgálat kiterjedt egyrészt arra, hogy az eljárás alá vont magatartása megfelel-e a Gyftv. 17. §-a (1) bekezdésének d) pontjában foglalt rendelkezésnek, mely szerint a reklámozás során alkalmazott kereskedelmi kommunikációkban a gyógyszert az engedélyezett alkalmazási előírás alapján kell bemutatni, másrészt a vizsgálat tárgyát képezte, hogy az eljárás alá vont magatartásával az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének bg), bj) és bk) alpontja megvalósításával valószínűsíthetően megsértette az Fttv. 3. §-a (1) bekezdésében írt tilalmat.

17. A kereskedelmi kommunikációk a vizsgált állítások tekintetében két csoportba bonthatók.

a. A vásárlási helyeken elhelyezett IBDZ 100503 kódjelű betegtájékoztató szórólapon¹ feltüntetett tulajdonságok közül kiemelendő az alábbi állítás (Vj-112-004/2010. sz. irat 5/2. számú melléklete):

„10 perc alatt eléri azt a vérszintet, amely a fájdalomcsillapító hatás kezdetéhez szükséges”

A hivatkozott kommunikációs eszközön egyéb állítások is szerepelnek, melyek arra vonatkoznak, hogy a gyógyszer gyorsan hat:

¹ A Vj-112-04/2010. sz. irat 5/2. sz. melléklete.

- Modern, vízdékony tablettaszerkezet
- A tabletták szétválása: 20 mp után, 40 mp után, 60 mp után, 80 mp után
- És a fejfájását mintha elfűjték volna!
- Gyors kioldódás
- Gyors hatáskezdés,
- Támadáspont a fejfájás!

Több tanulmány-hivatkozás is szerepel a reklámeszközön, a gyors kioldódáshoz, hatáskezdethez kapcsolódva:

- Kolodziejczyk: Military Pharmacy and Medicine, No 1-2/2010.
- Göres E et al.: Deutsche Apotheker Zeitung 2003; 143 (37): 107-9
- Davies N M: Clin Pharmacokinet 1998; 34 (2); 101- 54.

b. Az IBDZ 100503 kódjelű betegájékoztató szórólapon kívüli kommunikációs eszközök abban a tekintetben megegyeznek, hogy a gyors hatás kapcsán a fent felsorolt állításokat tartalmazzák, kivéve a „10 perc alatt eléri azt a vérszintet, amely a fájdalomcsillapító hatás kezdetéhez szükséges” állítást. Ez utóbbi állítás kizárólag az IBDZ 100503 kódjelű betegájékoztató szórólapon szerepel.

A kereskedelmi kommunikáció

18. Az eljárás alá vont vállalkozás az Ibustar terméket népszerűsítő reklámkampányában a következő kommunikációs eszközöket használta fel:

- Televíziós reklámok (TV2, RTL KLUB, Viasat3, AXN, Film+, Hallmark, Story TV; öt különböző változat)
- Kültéri kommunikációs eszközök (négy változat)
- Beltéri kommunikációs eszközök (A/3-as és A/4-es plakát)
- Vásárláshelyi reklámanyagok:
 - poszterek (A3-as és A4-es plakát),
 - display (két változat),
 - szórólapok (két változat),

- egyéb fogyasztói tájékoztatások (nyolc változat).

19. Eljárás alá vont nyilatkozata szerint az IBDZ 100503 kódjelű betegtájékoztató szórólap terjesztését az eljárás megindítását követően leállította, kihelyezett példányaiból jelentős mennyiséget haladéktalanul visszagyűjtött.

IV.

Az eljárás alá vont álláspontja

20. Az eljárás alá vont által kifejtettek szerint (Vj-112-004/2010. és Vj-112-008/2010. számú irat) a Gyftv. – az emberi felhasználásra szánt gyógyszerek közösségi kódexéről szóló 2001/83/EK irányelvvel (a továbbiakban: Irányelv) összhangban – nem tartalmaz olyan előírást, miszerint csak az alkalmazási előírásban szereplő információ, illetve adat jeleníthető meg a reklámban, hanem csak azt a követelményt támasztja, hogy a reklám nem lehet ellentétes az alkalmazási előírásban foglaltakkal. Ez az értelmezés összhangban van az Európai Unió Bírósága főtanácsnokának indítványával is (lásd lent).

21. Ennek megfelelően az eljárás alá vont álláspontja szerint az Ibustar reklámok nem tartalmaznak olyan állítást, ami ellentétben áll az alkalmazási előírásban foglaltakkal, s nem tartalmaznak az alkalmazási előírásban foglaltakhoz képest olyan új tényt sem, amelynek reklámban történő megjelenítéséhez előzetes hatósági jóváhagyásra, illetve a gyógyszer dokumentációjának módosítására lenne szükség. A reklámokon kizárólag olyan tények közzéadásra került sor, amelyek az alkalmazási előírásban foglaltakkal összhangban állnak, azzal nem ellentétesek, és – a reklámanyagokon is hivatkozott – vizsgálati eredményekkel alátámasztottak, ezért az Ibustar reklámok maradéktalanul megfelelnek a vonatkozó jogszabályi rendelkezéseknek.

22. Az eljárás alá vont megjegyzi, hogy általános iparági gyakorlatnak tekinthető, hogy a gyógyszerreklámok nem kizárólag az alkalmazási előírásban foglalt adatokat, hanem az alkalmazási előírással összhangban álló, egyéb információkat is tartalmaznak (erre több hasonló termék reklámját és alkalmazási előírását mutatja be példaként).

23. Az álláspontjában foglaltak alapján a Gyftv. 11/B. §-ának (2) bekezdése és 17. §-a (1) bekezdésének d) pontja azt a követelményt támasztják a gyógyszerreklámokkal szemben, hogy azokban nem szerepelhet olyan állítás, amely a készítmény alkalmazási előírásában foglaltakkal ellentétes, ellenben nem zárja ki annak lehetőségét, hogy a reklám az alkalmazási előírásban foglaltakat a laikusok számára érthető formában közölje, illetve az alkalmazási

előírásban szereplő bizonyos tények alapján további, azokkal összhangban álló és megfelelően alátámasztott adatokat közöljön.

24. Az alkalmazási előírás 5.2 pontja alapján „az ibuprofen orális alkalmazásakor részlegesen már a gyomorból felszívódik, majd a felszívódás a vékonybélben válik teljessé. (...) A csúcs plazmakoncentráció a szájon át történő bevitel esetén, normális hatóanyag leadású szer alkalmazásakor 1-2 óra alatt alakul ki”.

25. Az alkalmazási előírás alapján tehát az ibuprofen hatóanyag felszívódása a tabletta bevitelét követően már a gyomorban megkezdődik, vagyis a gyógyszer már akkor megjelenik a vérben (és elkezd hatni), amikor a tabletta még csak a gyomorban van. A felszívódás a vékonybélben válik teljessé, tehát a maximális plazmaszintet akkor mérhetjük, amikor – az időközben már feloldódott – tabletta kijut a gyomorból, és a vékonybélbe kerül.

26. A gyomorból való kijutás természetesen időt igényel, ezért a hatás orvosi szakirodalom alapján megállapítható kezdete (a 10 µ/ml-es szint elérése) és a maximális plazmaszint elérése között időnek kell eltelnie. A fentieknek megfelelően a gyomorból felszívódó hatóanyag által biztosított viszonylag gyors hatáskezdet, és a gyomorürülést követően 1-2 órával később kialakuló maximális plazmaszint az élettani működésnek megfelelő és megfelel az Ibustar alkalmazási előírásában foglaltaknak.

27. Az eljárás alá vont – további, Vj-112-008/2010. iktatószámon nyilvántartott – nyilatkozatának 1. számú mellékletként csatolt dokumentáció tartalmazza az Ibustar (az Eudorlin, mert Németországban ezen a néven forgalmazzák) törzskönyvi dokumentációjának a készítmény farmakokinetikai tulajdonságaira vonatkozó részét. Előadása szerint a 386B6 kódjelű vizsgálatban 13,2432 µ/ml volt a 15 perc elteltével kialakult plazmaszint az Eudorlin (Ibustar) bevitelét követően, ami – figyelembe véve, hogy a bevitel után a felszívódás sebessége az első pillanatok gyors felfutását követően folyamatosan csökken – összhangban van az Ibustar reklámokban a hatáskifejtés kezdetére vonatkozó állításokkal. A plazmakoncentráció szintjének idő mentén történő alakulását mutató görbe alapján látható, hogy 10 perc elteltével a plazmaszint eléri a 10 µ/ml-es szintet, ami az iratban részletezett orvosi szakirodalom alapján a terápiás hatáskifejtés kezdetéhez szükséges. Ebből eljárás alá vont álláspontja szerint abból, hogy a fájdalomcsillapító hatás megkezdődik 10 perccel a készítmény bevitelét követően, az következik, hogy a beteg fájdalma 10 perc elteltével enyhülni kezd.

28. Eljárás alá vont további, 2011. május 9-i beadványa (Vj-112-013/2010. sz. irat) szerint az IBDZ 100503 kódjelű betegájékoztató szórólapon egyértelműen és világosan feltüntetésre került, hogy a 10 perc a hatáskézdet, és nem a terápiás hatás eléréséhez szükséges. Álláspontja

szerint ezen állításhoz egyetlen további állítás kapcsolódik, a reklámszlogen („És a fejfájást mintha elfűjták volna!”), amely (szakszóval) egy ún. „puffery”,² ami – a fogyasztók számára is nyilvánvalóan – a termék előnyös tulajdonságát nagyítja fel. Emellett megjegyzi, hogy a gyors hatáskezdet nyilvánvalóan azt eredményezi, hogy rövid időn belül jelentősen enyhül a fájdalom, ezért álláspontja szerint az állítás nem alkalmas a fogyasztók megtévesztésére.

29. Eljárás alá vont beadványában kifejti, hogy a Gyftv. 11/B.§-ának (2) bekezdése az Irányelv 87. cikkének (2) bekezdését ülteti át a magyar jogba, mely szerint "a gyógyszer reklámozásának minden részlete meg kell, hogy feleljen az alkalmazási előírásban megadott adatoknak".³

30. Az Irányelv értelmezési kérdéseket vet fel. Az észt bíróság (a Novo Nordisk A/S v. Ravimiamet C-249/09 számú ügyben) 2009. július 7-én az Európai Unió Bíróságához benyújtott előzetes döntéshozatal iránti kérelmében kérdezett rá annak helyességére, hogy értelmezése szerint a 2001/83/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv 87. cikkének (2) bekezdése tiltja olyan állítások gyógyszerreklámban történő közzétételét, amelyek ellentétben állnak a gyógyszer alkalmazási előírásával, de nem követeli meg azt, hogy a gyógyszer alkalmazási előírása tartalmazza a gyógyszerreklámban foglalt valamennyi állítást, vagy azt, hogy ezek levezethetők legyenek az alkalmazási előírásban megadott adatokból.

31. A kérdésben az Európai Unió Bírósága a beadvány benyújtásának idejében még nem hozott döntést, azonban 2010. október 19-én megjelent a főtanácsnok indítványa,⁴ amely először arra a kérdésre adott választ, hogy az irányelv 87. cikkének (2) bekezdése csak a gyógyszerek rendelésére jogosult személyeknek szóló ismertetésre, vagy a betegeknek szóló gyógyszerreklámra is vonatkozik. A főtanácsnok szerint a 87. cikk (2) bekezdése általános szabály, amely mindkét esetre, tehát a lakosságnak szóló gyógyszerreklámra is vonatkozik.

32. A reklámnak az alkalmazási előírásban megadott adatoknak való megfelelése kapcsán a főtanácsnoki indítvány szerint ki kell zárni azt az értelmezési lehetőséget, miszerint a reklám csak olyan állításokat tartalmazhat, amelyek kifejezetten benne vannak az alkalmazási előírásban. Ez ugyanis túlzottan szűk értelmezés lenne. Ehelyett a 87. cikk (2) bekezdését úgy kell értelmezni, hogy tilos az olyan állítások gyógyszerreklámban való szerepeltetése,

² A US FTC a következőképp írja le a „puffery” fogalmát: „[...] term frequently used to denote the exaggerations reasonably to be expected of a seller as to the degree of quality of his product, the truth or falsity of which cannot be precisely determined [...]”, vagy „[...] obviously exaggerated or puffing representations, i.e., those that the ordinary consumers do not take seriously [...]”, Better Living, Inc. et al., 54 F.T.C. 648 (1957), aff'd, 259 F.2d 271 (3rd Cir. 1958)

³ „All parts of the advertising of a medicinal product must comply with the particulars listed in the summary of product characteristics.”

⁴ A Vj-112-008/2010. sz. irat 2. számú melléklete (német nyelven).

amelyek ellentétben állnak (nem kompatibilisek) az alkalmazási előírásban foglaltakkal. Így például a gyógyszerreklám tartalmazhat olyan, az alkalmazási előírásban szereplő információkból levezethető, azokat kiegészítő információkat, amelyek hozzájárulnak az alkalmazási előírásban szereplő információk pontosításához vagy igazolásához.

33. Továbbá, a főtanácsnoki indítvány szerint nem minden gyógyszerreklámban foglalt állításnak kell az alkalmazási előírásból levezethetőnek lennie. A főtanácsnok szerint a gyógyszerreklám tartalmazhat olyan további információkat is, amelyek – bár nem vezethetők le az alkalmazási előírásban foglalt információkból – kiegészítik azokat, amennyiben azokat tudományosan alátámasztották, forrásukat megadták, és azok nem megtévesztők. A főtanácsnok ezen tág értelmezésnek a határáként azt jelöli meg, hogy a gyógyszerreklám nem tartalmazhat azonban olyan indikációt (felhasználási irányt), amely nem szerepel az alkalmazási előírásban.

34. Eljárás alá vont utolsó, 2011. május 13-i beadványával (Vj-112-014/2010. sz. irat) tájékoztatta a Versenytanácsot, hogy az Európai Unió Bírósága a fenti ügyben (C-249/09) a főtanácsnoki indítvánnyal összhangban döntött 2011. május 5-én, illetve mellékelte a döntés eredeti angol szövegét.

V.

Jogi háttér

Az Fttv. érintett rendelkezései

35. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése az Fttv.-t rendeli alkalmazni azokra az áruhoz kapcsolódó kereskedelmi gyakorlatokra, amelyeket a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmaznak. Az Fttv. 2. §-ának d) pontja a kereskedelmi gyakorlat körébe tartozó magatartások között külön is nevesíti a reklámot.

36. Az Fttv. 2. §-ának f) pontja és a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvény (a továbbiakban: Grt.) 3. §-ának d) pontjában szereplő meghatározás értelmében a gazdasági reklám olyan közlés, tájékoztatás, illetve megjelenítési mód, amely valamely birtokba vehető forgalomképes ingó dolog értékesítésének vagy más módon történő igénybevételének előmozdítására, vagy e céllal összefüggésben a vállalkozás neve, megjelölése, tevékenysége népszerűsítésére vagy áru, árujelző ismertségének növelésére irányul.

37. Az Fttv. 2. §-ának az ügyleti döntés fogalmát rögzítő h) pontja alapján ügyleti döntésnek minősül pl. a fogyasztó azon döntése, amelynek során azonosítja a szükségletét, s azt, hogy szükségletét kielégítendő a versenytársak közül melyik vállalkozást, annak melyik termékét, szolgáltatását, milyen feltételekkel választja.

38. Az Fttv. 2. §-ának a) pontja alapján az Fttv. alkalmazásában fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy.

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

40. Az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdése szerint a mellékletben meghatározott kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelenek.

41. Az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdése alapján 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 a törvényben felsorolt egy vagy több tényező tekintetében és ezáltal olyan ügyleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.

42. Az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdése szerint az áru lényeges jellemzője a bg) pont szerint annak az adott célra való alkalmassága, a használatától várható eredmények, előnyei, valamint a bj) pont szerint annak az egészségre gyakorolt hatása, illetve a bk) pont szerint az áru tesztelése, ellenőrzöttsége vagy annak eredménye.

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

44. Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a GVH jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.

45. Az Fttv. 11. §-ának (1) bekezdése szerint az Fttv. 10 §-ának alkalmazásában a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál - a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével - a következő szempontok irányadóak:

a) az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközének jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára vagy a jogsértéssel érintett áru mennyiségére, vagy

b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján.

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

a) a kereskedelmi gyakorlat országos műsorszolgáltatást végző műsorszolgáltatón keresztül valósul meg,

b) a kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű időszakos lap vagy legalább három megyében terjesztett napilap útján valósul meg,

c) a fogyasztók közvetlen megkeresésének módszerével végzett kereskedelmi gyakorlat legalább három megye fogyasztói felé irányul,

d) az áru eladásának helyén alkalmazott eladásösztönző kereskedelmi gyakorlat legalább három megyében megszervezésre kerül.

47. Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése szerint a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve áru nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is. Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni.

48. Az Fttv. 4. §-ának (2) bekezdése szerint ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportja magatartásának torzítására alkalmas, és ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni.

49. Az Fttv. 14. §-a szerint 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.

50. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja alapján a GVH a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló versenyfelügyeleti eljárásában a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) rendelkezéseit alkalmazza, az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel.

A Gyftv. érintett rendelkezései

51. A Gyftv. 17. §-ának (1) bekezdése szerint az embergyógyászati célra szánt, gyógyszerértékből vény nélkül is kiadható gyógyszerek, továbbá a támogatással nem rendelhető gyógyászati segédeszközök reklámozása megengedett, ha a reklám

a) egyértelműen meghatározza, hogy a reklámozott termék gyógyszer, illetve gyógyászati segédeszköz,

b) tartalmazza a gyógyszer nevét és - ha a készítmény egy hatóanyagot tartalmaz - annak szokásos nemzetközi szabadnevét, illetve a gyógyászati segédeszköz nevét,

c) a gyógyszer, illetve a gyógyászati segédeszköz rendeltetésszerű használatára ösztönöz,

d) a gyógyszert az engedélyezett alkalmazási előírás, a gyógyászati segédeszközt a használati útmutató alapján mutatja be,

e) tartalmazza a gyógyszer, illetve gyógyászati segédeszköz rendeltetésszerű alkalmazásához szükséges, külön jogszabályban meghatározottak szerinti tájékoztatást, figyelmeztető szöveget,

f) egyértelmű felhívást tartalmaz a gyógyszer alkalmazására vonatkozó betegtájékoztató, illetve gyógyászati segédeszköz esetén a használati útmutató megismerésének szükségességére.

52. A Gyftv. 17. §-ának (2) bekezdése szerint az (1) bekezdés szerinti reklám nem tartalmazhat olyan utalást vagy kifejezést, amely

a) az orvosi vizsgálat, kezelés vagy műtéti beavatkozás szükségességére vagy mellőzhetőségére hivatkozik, vagy annak képzetét kelti,

b) a gyógyszer mellékhatások nélküli vagy biztos gyógyulást eredményező alkalmazhatóságának képzetét kelti,

c) a gyógyszert kozmetikumként vagy élelmiszerként tünteti fel,

d) a gyógyszer hatásosságát és biztonságos használatát kizárólag annak természetes eredetére vezeti vissza,

e) kórtörténet leírásával vagy részletes ismertetésével téves öndiagnózist eredményezhet,

f) betegség vagy sérülés hatására bekövetkező változást vagy állapotot, illetve a gyógyszer vagy a gyógyászati segédeszköz által az emberi szervezetre vagy annak valamely részére gyakorolt hatást félelemérzetet keltve, vagy a valóságtól eltérő módon mutat be,

- g) tudósok, egészségügyi szakemberek vagy ismert személyiségek ajánlását tartalmazza,
- h) annak képzetét kelti, hogy a gyógyszer vagy a gyógyászati segédeszköz alkalmazása nélkül az ember egészsége károsul.

53. A Gyftv. 18/A. §-ának (1) bekezdése szerint a gyógyszerrel és gyógyászati segédeszközzel kapcsolatos, fogyasztókkal szembeni kereskedelmi gyakorlat a Gyftv.-ben, illetve a rendeletben meghatározott szabályai megsértése esetén az eljárás lefolytatására - a (2) bekezdésben foglalt kivételekkel - a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló törvényben meghatározott hatóság jogosult. Az eljáró hatóság a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló törvényben meghatározott szabályok szerint jár el.

VI.

Jogi értékelés

Az Fttv. alkalmazhatósága

54. Tekintettel arra, hogy az Ibustart természetes személyek egészségügyi panaszának kezelésére ajánlják, továbbá, hogy a vizsgált reklámokat közvetítő valamennyi kommunikációs eszköz a széles értelemben vett nyilvánosság, illetve célzottan egészséggel kapcsolatos kérdésekben tájékozódni kívánó „laikusok” elérését biztosítja, s kifejezetten szakmai felhasználókat megcélzó kommunikációs eszköz nem szerepel közöttük, megállapítható, hogy a vizsgált kereskedelmi kommunikáció címzettje az Fttv. szerinti értelemben vett fogyasztó. Mindez nem zárja ki, hogy egyes reklámok szakmai felhasználókat (pl. gyógyszerészeket) is céloznak, azonban a fentiekben kifejtettek szerint az eljárás alá vont által választott kommunikációs csatornák jellegére tekintettel azok minden esetben fogyasztók felé is irányulnak.

55. Az Fttv. 2. §-ának f) pontja és a Grt. 3. §-ának d) pontjában szereplő meghatározás értelmében mivel a vizsgált tájékoztatások az Ibustar (termék) értékesítésének előmozdítására irányulnak, a Grt. és az Fttv. alkalmazásában gazdasági reklámnak minősülnek.

56. A Grt. 2. §-ában foglaltak és a fentiek összevetése alapján megállapítható, hogy az eljárás alá vont magatartásának megítélésére az Fttv. rendelkezései alkalmazandók.

A GVH hatásköre az Fttv. alapján

57. Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése szerint a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.

58. Mivel az Ibustarral kapcsolatos tájékoztatások sugárzásra kerültek országos műsorszolgáltatást végző műsorszolgáltatókban (TV2, RTL KLUB, Viasat3, AXN, Film+, Hallmark, Story TV), e vonatkozásban az Fttv. 11. §-ának (2) bekezdésének a) pontja értelmében a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb tekintet nélkül fennáll.

A GVH hatásköre a Gyftv. alapján

59. A Gyftv. 18/A. §-ának (1) bekezdése szerint a gyógyszerrel kapcsolatos, fogyasztókkal szembeni kereskedelmi gyakorlat Gyftv.-ben meghatározott szabályai megsértése esetén az eljárás lefolytatására - a (2) bekezdésben foglalt kivételekkel - a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló törvényben meghatározott hatóság jogosult. Az eljáró hatóság a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló törvényben meghatározott szabályok szerint jár el.

60. Mivel a Gyftv. 17. §-a (1) bekezdésének d) pontja a törvény II. fejezetének „A gyógyszerrel, illetve gyógyászati segédeszközzel kapcsolatos, fogyasztókkal szembeni kereskedelmi gyakorlatra vonatkozó szabályok” című részében található, ezért megállapítható, hogy a vény nélkül kapható gyógyszerek reklámozásával kapcsolatos szabályok megsértése esetén - meghatározott kivételekkel - az eljárás lefolytatására a Gyftv. és az Fttv. együttes értelmezése alapján a GVH jogosult.

Az Fttv. szerinti értékelés logikája

61. Az Fttv. hármas követelményrendszert vezet be azáltal, hogy definiálja a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot [3. § (2) bekezdés], a megtévesztő (6-7. §) és agresszív (8. §) kereskedelmi gyakorlatot, továbbá a mellékletben szereplő tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok felsorolását. A szabályozás logikájából (generális-speciális feketelista viszony) adódóan mindig azon tényállási elemeket kell vizsgálni, amelyeknek a magatartás különösen megfeleltethető, az általánosabb tényállási elemeket nem, hiszen azokat a jogalkotó megvalósultnak tekinti.

62. A vizsgált magatartások az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdése szerinti mellékletében nevesített kereskedelmi gyakorlatoknak nem feleltethetőek meg, ezért az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdése körében értékelendő, hogy az eljárás alá vont magatartása alkalmas volt-e arra,

hogyan a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készítse, amelyet egyébként nem hozott volna meg, illetve, hogy az ezen döntés alapjául szolgáló információ megtévesztésre alkalmas volt-e akként, hogy a valótlan információt, vagy valós információt megtévesztésre alkalmas módon tett közzé.

Az érintett fogyasztói kör

63. Az eljárás alá vont vállalkozás láz és fájdalom csillapítására ajánlott gyógyszert népszerűsített, annak hatékonyságára vonatkozó állításokat tett közzé kommunikációjában. A jelen esetben nem azonosítható az Fttv. 4. §-ának (2) bekezdésében meghatározott speciális fogyasztói kör (koruk, hiszékenyséjük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatottak).

Üzleti döntés

64. Az Fttv. 2. §-ának h) pontja szerinti üzleti döntés a fogyasztó arra vonatkozó döntése, hogy kössön-e, és ha igen, akkor milyen feltételekkel kössön szerződést.

65. Az Ibustart a fogyasztók fájdalom és láz csillapítására vásárolják, a termék gyógyszertárakban és egyes, erre engedéllyel rendelkező kiskereskedelmi üzletekben (például: drogériákban) szerezhető be, vény nélkül.

66. Jelen versenyfelügyeleti eljárásban ezért a releváns üzleti döntés az Ibustar megvásárlása a fájdalom és láz csillapítására szolgáló készítmények közötti választás során.

A vizsgált magatartás jogi megítélése

67. A vizsgált magatartás leírása jelen álláspont III. fejezetében található.

68. A fogyasztók felé közvetített üzenet az IBDZ 100503 kódjelű betegájékoztató szórólapon megjelenő állítás (17. bekezdés) miatt nem pusztán arra vonatkozik, hogy az Ibustar gyorsan hat, hanem azt a képzetet kelti a fogyasztóban, hogy a tablettát követő 10 perc múlva a fájdalomcsillapító oly módon kezd el hatni, hogy ekkor fájdalma enyhülni kezd.

69. Ennek az üzenetnek a megítélésében az első lépés annak vizsgálata, hogy a kommunikációs eszközön is feltüntetett szakirodalom-hivatkozáson túl, az állítás megfelel-e a Gyftv. 17.§-a (1) bekezdésének d) pontjában foglalt rendelkezésnek, mely szerint a reklámozás során alkalmazott kereskedelmi kommunikációkban a gyógyszert az engedélyezett alkalmazási előírás alapján kell bemutatni.

70. Az Ibustar alkalmazási előírásának 5.2. pontja tartalmazza a farmakokinetikai tulajdonságokra vonatkozó megállapításokat, többek között azt, hogy a legmagasabb plazmakoncentráció a szájon át történt bevitellel, normál hatóanyag leadású szer alkalmazásakor 1-2 óra alatt alakul ki.

71. A Versenytanács álláspontja szerint az eljárás alá vont által a versenyfelügyeleti eljárás során becsatolt bizonyítékok (Vj-112-004/2010. és Vj-112-008/2010. sz. iratok) egyrészt – kizárólag az alkalmazási előírásban szerepeltetett indikációk, felhasználási irányok vonatkozásában – alátámasztják a hivatkozott kommunikációs eszközön feltüntetett állítás valóságtartalmát, másrészt – ismételten csak az ott szerepeltetett indikációk vonatkozásában – levezethetőek a gyógyszer engedélyezési eljárása során az OGYI számára benyújtott dokumentációból. A hatáskezdetre vonatkozó megállapítás nem áll ellentétben az alkalmazási előírásban foglaltakkal, valamint fentiekből következően megfelel a Gyftv. hivatkozott előírásának, azaz a gyógyszert az alkalmazási előírás alapján mutatja be. Önmagában ugyanis nem alapoz meg jogsértést az, ha – adott indikáción, felhasználási irányon „belül” – egy olyan tulajdonságot tüntet fel a reklámozó, mely ugyan például természeténél fogva nem szerepel az alkalmazási előírásban, de egyrészt valós, másrészt az engedélyezési dokumentáció tartalmaz ezt alátámasztó bizonyítékot.

72. A Gyftv. 17. §-a (1) bekezdése [és így annak d) pontja] alapján ha a Gyftv. hivatkozott szakaszában foglalt előírás megszegése megállapítható, akkor a továbbiakban nem kell vizsgálni az Fttv. rendelkezéseinek megsértését, hiszen a Gyftv. megsértése esetén önmagában a reklám közzététele tiltott.

73. A Gyftv. 17.§-a (1) bekezdésének d) pontját illetően kiemelendő, hogy az a hivatkozott rendelkezésbe foglalt előírás, mely szerint a gyógyszert az engedélyezett alkalmazási előírás alapján kell bemutatni, úgy értelmezendő, hogy a gyógyszerre vonatkozó kereskedelmi kommunikációban azzal ellentétes adat, információ, üzenet nem jelenhet meg. Ez azt is jelenti, hogy nem valósít meg szükségszerűen jogsértést az engedélyezett alkalmazási előírásban nem szereplő adat, információ, üzenet megjelenítése, így különösen akkor, ha az adat, információ, üzenet a törzskönyvi dokumentációból megállapíthatóan nem ellentétes az engedélyezett alkalmazási előírással, azzal, hogy a kereskedelmi kommunikáció nem utalhat az alkalmazási előírásban nem szereplő indikációra (felhasználási irányra).

74. Az eljárás alá vont beadványa alapján megállapítható, hogy a „10 perc alatt eléri azt a vérszintet, amely a fájdalomcsillapító hatás kezdetéhez szükséges” állítás ugyan azonos tartalommal nem szerepel az alkalmazási előírásban, azonban – az eljárás alá vont által csatolt törzskönyvezési dokumentáció alapján – alátámasztottnak, valósnak tekinthető, így az

alkalmazási előírással nem lehet ellentétes. A magatartás ezen eleme nem sérti a Gyftv. 17. §-ának (1) bekezdésében foglaltakat, ezért az Fttv. vonatkozásában a valótlanság nem merülhet fel.

75. Ugyanakkor – attól függetlenül, hogy a fentiek miatt nem állapítható meg jogsértés a Gyftv. alapján – a kiemelt állítást is tartalmazó kommunikációs eszköz, az IBDZ 100503 kódjelű betegtájékoztató szórólap esetében megállapítást nyert az Fttv. szerinti jogsértés.

76. Az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdésének második fordulata azt mondja ki, hogy a kereskedelmi gyakorlat akkor is megtévesztőnek minősül, ha valós tény – figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére – megtévesztő, vagy arra alkalmas, módon jelenít meg, miáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg. Azaz az adott közlésben foglalt tény (önmagában) valós ugyan, de a kereskedelmi gyakorlat egyéb elemeivel együtt a fogyasztóban olyan tényre vonatkozó következtetés levonására vezet, amely tény viszont már valótlán.

77. Az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésében foglalt rendelkezések elemzésekor az alkalmazott állítások összessége által a fogyasztók felé irányuló üzenetet kell számításba venni.

78. A Versenytanács álláspontja szerint az IBDZ 100503 kódjelű betegtájékoztató szórólapon megjelenő állításba foglalt (valós) tény a többi állítással együtt olvasva alkalmas arra, hogy az átlagfogyasztóban hamis képzetet keltsen annak megítélése tekintetében, hogy a fájdalma mikor fog enyhülni.

79. Abból kiindulva, hogy a fogyasztó laikus személy és nem szakértő, az üzenetnek azon – meglehetősen szakmai, „technikai” jelleggel megfogalmazott – része, amely a hatáskezdethez szükséges „vérszint” (vérplazmaszint) elérésére vonatkozik, nem képes a helyes értelmezést generálni az állítások együttes értelmezésének vonatkozásában (annak ellenére, hogy a fentiek alapján önmagában valós állításról van szó). Életszerűtlen és valószínűtlen, hogy a fogyasztó annak (szakmailag) pontos jelentésével tisztában legyen, azaz minden bizonnyal nem tesz különbséget fájdalomcsillapító hatás és a terápiás hatás között. A fogyasztó számára az bír kiemelt jelentőséggel, hogy a fájdalom csillapodása mikor következik be. Az objektív tény (10 perc idő) tartalmazó állítás a többi állítással együttesen (pl. a kötőszóval kezdődő „[é]s a fejfájását mintha elfújták volna[!]” állítás) képes kialakítani a fogyasztóban azt a képzetet, hogy jelentősebb enyhülés, ad absurdum a fájdalom megszűnése várható 10 perc elteltével, és nem csupán – az állítás szakmai tartalmának megfelelően – annyi, hogy a tableta elkezd (orvosi értelemben) hatni, azaz a hatóanyag-koncentráció eléri azt a küszöbértéket, amelyet a szakirodalom a hatás kezdetének fogad el.

Ugyanakkor a fogyasztóban kialakult képzetnek megfelelő, azzal kellően arányos (terápiás) eredmény a rendelkezésre álló adatok alapján nem bizonyítható.

80. A fenti érvelésen nem változtat az „És a fejfájását mintha elfűjták volna!” állítás megfogalmazásának módja. Az állítás jelentése (önmagában) az, hogy a fájdalom elmúlik – ezen tartalom az egyéb, különösen az objektív adatot (10 perc) is tartalmazó állítással együtt olvasva a fogyasztók számára azt sugallja, hogy a tablettá bevétele után 10 perccel fájdalmában jelentős enyhülés várható. Mindez független attól a tényről, hogy az IBDZ 100503 betegájékoztató szórólap mindkét állítása önmagában valósnak, megalapozottnak tekinthető, ugyanis a kereskedelmi gyakorlat állításainak összessége alapján sugallt üzenet alkalmas arra, hogy megtéve a fogyasztót.

81. A Versenytanács megjegyzi, hogy álláspontja szerint a fenti gondolatmenet teljes mértékben kompatibilis eljárás alá vont azon érvelésével, miszerint az „És a fejfájását mintha elfűjták volna!” állítást egyfajta „nyilvánvaló túlzásként” kell értékelni ([28. bekezdés]). A fenti gondolatmenet ugyanis nem alapszik azon, hogy az állítás a fájdalom elmúlásának nagy sebességére (is) utal, azt a szél sebességéhez hasonlítva. Ebből következik, hogy jelen értékelésnél az állításnak a hatás kialakulásának sebességére vonatkozó tartalma (a nyilvánvaló túlzás) nem lett figyelembe véve, illetve annak figyelembe vétele a fenti gondolatmenetet tovább erősítené.

82. A fentiekre tekintettel a Versenytanács álláspontja szerint az eljárás alá vont magatartásával – az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének bg) alpontja megvalósításával – megsértette az Fttv. 3. §-a (1) bekezdésében írt tilalmat, amennyiben a termék adott célra való alkalmassága, a használatától várható eredmények tekintetében valós tény olyan módon jelenített meg, ami alkalmas lehet a fogyasztók megtévesztésére (azaz jelen esetben téves, nem valós következtetések levonására), s – az Fttv. alkalmazásában – alkalmas arra, hogy a fogyasztói magatartást torzítsa.

Egyéb kommunikáció

83. Az IBDZ 100503 kódjelű betegájékoztató szórólapon kívüli kommunikációs eszközök vonatkozásában – a Gyftv. 17. §-a (1) bekezdésének d) pontja tekintetében – az előzőeket alapul véve a gyors hatásra vonatkozó állításokat az eljárás alá vont megfelelően alátámasztotta az eljárás során becsatolt bizonyítékokkal.

84. Ezen kommunikációs eszközök kapcsán az Fttv. megsértése nem nyert bizonyítást.

VII.

A Versenytanács döntése

85. A fentiek alapján a Versenytanács az Ibustar gyógyszerkészítmény népszerűsítése érdekében alkalmazott kommunikációs eszközök közül az IBDZ 100503 kódjelű betegájékoztató szórólapon alkalmazott állítások tekintetében az Fttv. 3. §-a (1) bekezdésének Fttv. 6. §-a (1) bekezdése bg) alpontjának megvalósítása általi megsértését állapította meg.

86. Tekintettel arra, hogy a jogsértőnek minősülő kereskedelmi gyakorlat csak egy kommunikációs eszközt érint (IBDZ 100503), mely jellegénél fogva (szórólap) kis nagyságrendet képvisel a reklámkampány méretéhez képest, illetve a szórólap terjesztését az eljárás megindítását követően az eljárás alá vont leállította és a már elhelyezett szórólapokból több ezer példányt haladéktalanul visszagyűjtött, a Versenytanács bírság kiszabását nem tartotta szükségesnek.

VIII.

Egyéb kérdések

87. A Tpv. 74. §-ának (1) bekezdése értelmében az eljáró Versenytanács tárgyalást tart, ha azt az ügyfél kéri, vagy az eljáró Versenytanács szükségesnek tartja. Az eljáró Versenytanács az előzetes álláspont megküldésével egyidejűleg nyilatkozattételre hívja fel az ügyfelet arról, hogy kéri-e tárgyalás tartását. A tárgyalás napját úgy kell meghatározni, hogy az ügyfélnek módjában álljon a tárgyalásra felkészülni.

88. A Versenytanács a Tpv. előírásainak megfelelően megküldte az eljárás alá vont részére előzetes álláspontját (Vj-112-015/2010. sz. irat), s felhívta, nyilatkozzon arról, kéri-e tárgyalás tartását (Vj-112-016/2010. sz. irat). Az eljárás alá vont tárgyalás tartását nem kérte (Vj-112-017/2010. sz. irat), ezért a Versenytanács határozatát tárgyalás mellőzésével hozta meg.

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

Budapest, 2011. június 9.

Dr. Dobos Gergely sk.
előadó versenytanács tag

Dr. Zlatarov László sk.
versenytanács tag

Dr. Zavodnyik József sk.
versenytanács tag