



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj/047-060/2011.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a dr. Heckenast Bálint ügyvezető által képviselt **Walmart Kft.** (Budapest) és a Molnár József ügyvezető igazgató által képviselt **Patika Tükör Lapkiadó Kft.** (Budapest) eljárás alá vont vállalkozások ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt indult versenyfelüyeleti eljárásban meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t .

A Versenytanács megállapítja, hogy a Walmart Kft. és a Patika Tükör Lapkiadó Kft. a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytattak, amikor a Patika Tükör című lap 2011. februári számában szerkesztői tartalomnak álcázott reklámot tettek közzé, továbbá a Walmart Kft. megsértette a biztonságos és gazdaságos gyógyszer- és gyógyászatisegédeszköz-ellátás, valamint a gyógyszerforgalmazás általános szabályairól szóló 2006. évi XCVIII. törvény rendelkezéseit, amikor a Patika Tükör, Patika Magazin és Gyógyhír Magazin című újságok 2011. februári számaiban olyan hirdetéseket jelentetett meg, amelyek utalást tartalmaztak arra, hogy reklámozott termékét egészségügyi szakemberek ajánlják.

A Versenytanács a Walmart Kft-t 1.000.000 Ft (egymillió forint) bírság megfizetésére kötelezi.

A bírságot a kötelezett a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételi számla javára köteles befizetni, a közlemény rovatban feltüntetve az eljárás alá vont vállalkozás nevét, a versenyfelüyeleti eljárás számát és a befizetés jogcímét (bírság).

Ha a kötelezett a bírságfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget, késedelmi pótléket köteles fizetni. A késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része. A bírság és a késedelmi pótlék meg nem fizetése esetén a Gazdasági Versenyhivatal megindítja a határozat végrehajtását.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételétől számított 30 napon belül a Fővárosi Törvényszékhez címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtandó, vagy ajánlott levélként postára adott keresettel lehet kérni. A Fővárosi Törvényszék a pert tárgyaláson kívül bírálja el, a felek bármelyikének kérelmére azonban tárgyalást tart, mely kérelmet az ügyfél a keresetlevelében terjesztheti elő.

I n d o k l á s

I.

Az eljárás megindításának körülményei

1. A GVH észlelte, hogy a Walmark Kft. az általa forgalmazott Walbenosen (gyógynövényi hatóanyagokat tartalmazó) nyugtató hatású hagyományos növényi gyógyszerrel kapcsolatban megjelentetett több olyan ½ oldalas fekvő hirdetést, mely felett a stresszről és annak kezeléséről szóló, különböző címmel ellátott cikkek voltak olvashatók. A cikkek írójaként orvosok kerültek feltüntetésre. Továbbá a Patika Tükör Lapkiadó Kft. által kiadott Patika Tükör elnevezésű magazin 2011. februári számában (XIX. évfolyam 2011/2. 19. oldal) „A stresszről és kezeléséről” című cikk olvasható. A cikk és a reklám feltüntetése olyan módon történt, hogy a fogyasztók számára nem derült ki, hogy nem objektív tájékoztatásról van szó, hanem a cikk a hirdetés részét képezi.
2. A vizsgálat megindítására azért került sor, mert az eljárás alá vont vállalkozások a fent leírt magatartással valószínűsíthetően megvalósították a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) mellékletének 11. pontjában foglalt tényállást és ezáltal valószínűsíthetően megsértették az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében előírt tilalmat.
3. Továbbá azáltal, hogy a cikkek szerzőjeként orvosok kerültek feltüntetésre, a Walmark Kft. valószínűsíthetően megsértette a biztonságos és gazdaságos gyógyszer- és gyógyászatisegédeszköz-ellátás, valamint a gyógyszerforgalmazás általános szabályairól szóló 2006. évi XCVIII. törvény (a továbbiakban: Gyftv.) 17. §-a (2) bekezdésének g) pontjában foglalt tilalmat.
4. A versenyfelügyeleti eljárás kiterjedt a Walmark Kft. tekintetében a Walbenosen hagyományos növényi gyógyszerrel kapcsolatos teljes kereskedelmi gyakorlatára 2011. január 10. óta az ügyindítás napjáig. A Patika Tükör Lapkiadó Kft. tekintetében a versenyfelügyeleti eljárás a Walbenosen hagyományos növényi gyógyszerrel kapcsolatban, illetve azzal összefüggésben a Patika Tükörben megjelenő tartalmakra terjed ki.
5. A versenyfelügyeleti eljárás megindítására 2011. június 20-án, a Vj/047/2011. számú végzéssel került sor.

II.

Az eljárás alá vont vállalkozások

6. A Walmark Kft.-t 2003-ban alapította a Walmark a.s. csehországi anyavállalat tulajdonosa (magánszemélyek kezében lévő családi vállalat).
7. A Walmark Kft. tevékenysége Magyarországon több részből áll. Fő tevékenységként 2003 óta forgalmaz Magyarországon OÉTI által regisztrált étrend-kiegészítő készítményeket, nagykereskedők közbeiktatásával a patikák és gyógynövény boltok részére. Ezek a termékek vitaminok, ásványi anyagok, növényi eredetű készítmények, illetve sportélelmiszerek. Ez a tevékenység adja a vállalat bevételeinek 85-90%-át. Másodlagos tevékenységként a Walmark a.s. cseh illetőségű anyavállalat által gyártott néhány OGYI regisztrációval rendelkező vényköteles, és néhány szintén OGYI

regisztrációval rendelkező vény nélkül is kiadható készítménnyel kapcsolatos magyarországi marketing tevékenységet végez (a magyarországi forgalomba hozatali engedély tulajdonosa a Walmark a.s.), amelyért az anyavállalatától szolgáltatási díjat kap. A díj a magyarországi értékesítésből származó bevétel egy meghatározott része, amely készítményenként változik. A gyógyszerek nagykereskedő közreműködésével kerülnek a gyógyszertárakba.

8. A Walmark Kft. 2010. június 1. – 2011. május 31. üzleti évében elért árbevétele meghaladta az 1,9 mrd Ft-ot.
9. A Patika Tükör Lapkiadó Kft.-t öt magánszemély alapította 1994-ben egy német nyelvterületen évtizedek óta működő újság mintájára, a társaság jelenleg is magánszemélyek tulajdonában áll.
10. A Patika Tükör Lapkiadó Kft.-nek alapvetően két divíziója van. Egyrészt a lapkiadás, másrészt a gyógyszertár üzemeltetés. A lapkiadásba tartozik a gyógyszertári terjesztésű Patika Tükör fogyasztóknak szóló havilap szerkesztése és kiadása, a Pirulatrend és a Marketingpirula szalmái folyóiratok szerkesztése és kiadása.
11. A Patika Tükör Lapkiadó Kft. 2010. december 31-én zárult üzleti évében elért nettó árbevétele meghaladta 400 m Ft-ot.

III.

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

12. A Walmark Kft. 2011. februárjában hirdetéseket (1-1 reklámot) jelentetett meg a Patika Tükör, Gyógyhír Magazin és Patika Magazin újságokban a Walbenosen nevű vény nélkül kapható hagyományos növényi gyógyszer értékesítésének előmozdítására. A reklámhoz kapcsolódóan, azokkal egy oldalon, a reklámok fölött elhelyezve mindhárom újságban egészségügyi szakemberek aláírásával 1-1 cikk jelent meg, amelyeket a Walmark megbízása alapján egy orvos illetve egy gyógyszerész készített. A cikkeket és a reklámokat a Walmark Kft. bocsátotta az újságok rendelkezésére a megjelenések megrendeléséhez kapcsolódóan. A megjelenések megrendelését és az értük fizetett ellenszolgáltatást a kiadók felé a Walmark Kft. megbízásából, ebben a körben érdekében eljáró médiaügynökség bonyolította, illetve teljesítette, majd számlázta tovább a Walmark Kft. felé. A megjelenéseket a Walmark Kft. hagyta jóvá. A kampány üzleti titkot képező költségeit a Vj.47-007/2011 sz. irat melléklete tartalmazza.
13. A megjelentetett cikkek a stresszről és annak lehetséges kezeléséről szólnak. Ezek a cikkek felhívják a figyelmet arra, hogy egyes gyógynövények hatásosak lehetnek a stressz tüneteinek enyhítésében, továbbá léteznek több ilyen gyógynövényt megbízhatóan, ellenőrzötten tartalmazó hagyományos növényi gyógyszerek, amelyek vény nélkül is kaphatók. A cikkek a szerzők aláírásával jelentek meg. A cikkek alatt pedig a Walmark Kft. Walbenosen nevű, több a cikkben említett gyógynövényt tartalmazó, hagyományos növényi gyógyszerének reklámjával találkozott az olvasó. A vizsgált kereskedelmi kommunikációkat teljes terjedelmükben a Vj.047-007/2011. sz. irat tartalmazza.
14. A Patika Magazinban és a Gyógyhír Magazinban feltüntetésre került, hogy a reklámmal együtt megjelentetett cikkek fizetett hirdetések. A Patika Tükör újságban semmilyen módon nem hívták fel az olvasók figyelmét arra, hogy a Walbenosen reklámmal együtt megjelentetett cikk nem független szerkesztői tartalom.

15. A Walmark Kft. Vj.47-007/2011 sz. iratban található nyilatkozata alapján a cikkek szponzorált cikkek voltak, amelyek megjelenéséért a Walmark Kft. ellenszolgáltatást nyújtott. Későbbi nyilatkozata szerint (Vj.47-015/2011. sz. irat) a Walmark Kft. a Patika Tükörben megjelent cikk ellenében a kiadónak sem pénzben, sem barter megállapodás alapján nem nyújtott ellenszolgáltatást. Ellenszolgáltatásra ebben az esetben a cikk szerzője irányába került sor.
16. A Gyógyhír Magazinban történt megjelenés esetén a kiadó más megrendelésekre is tekintettel, mennyiségi kedvezményként „grátisz” biztosította a cikk megjelenését (Vj.47-034/2012 sz. irat).
17. A Walmark Kft. nyilatkozata (Vj.47-003/2011 sz. irat 6. sz. melléklet) alapján a vizsgálattal érintett Walbenosen elnevezésű termék célcsoportja azon személyi kör, akik a rájuk nehezedő stresszt nem bírják jól, nyugtalanok és házi praktikákkal, sporttal nem tudják azt levezetni, de orvoshoz még nem kívánnak fordulni.
18. A Patika Tükör magazin a kiadó tájékoztatása szerint (Vj.47-004/2011 sz. irat) egy speciális újság, ami a gyógyszertárakban kerül terjesztésre. A gyógyszertár dolgozói adják azoknak a fogyasztóknak, akik egészségtudatosan élnek, illetve tájékozódni szeretnének betegségekről és készítményekről. A magazin médiaajánlója (Vj.47-006/2011. sz. irat 1. sz. melléklet) alapján 150.000 példányban jelenik meg havonta, amelyhez az olvasók a patikákban ingyenesen juthatnak hozzá.
19. A Patika Magazin médiaajánlója (Vj.47-030/2011 sz. irat) szerint a gyógyszertárakban ingyenesen terjesztett egészségügyi lap, auditáltan több mint 200.000 példányszámas megjelenéssel (2011. I-II. negyedév).
20. A Gyógyhír Magazin honlapján elérhető adatok (Vj.47-030/2011 sz. irat) szerint havonta 230.000 példányban megjelenő, az egészségpiac legújabb fejleményeiről, új termékekről, szolgáltatásokról információkat közlő lap, amely gyógyszertárakban és gyógynövényboltokban ingyenesen elérhető az olvasók számára.

IV.

Az eljárás alá vont vállalkozások előadása

A Walmark Kft. álláspontja

21. A Walbenosen termék Magyarországra történő bevezetése a szezonális jellegére tekintettel megkésett. A társaság a termék bevezetésével kapcsolatosan nem tervezett marketing-kampányt, a termék-marketing utóbb engedélyezett költsége minimális volt. A kevés számú megjelentetés inkább a patikák felé egyféle elkötelezettséget jelentett, azzal, hogy a későbbiekben a fogyasztókat reklámtevékenységgel majd meg kívánja nyerni az eljárás alá vont vállalkozás.
22. A Walmark Kft. a Vj-47-003/2011. sz. iratban található nyilatkozata szerint a Patika Tükör magazin 2011. februári számában a hirdetés fizetett jellegének feltüntetése elmaradt és ezzel a szerkesztői tartalomnak álcázott reklám tényállása jelen egyetlen magazinszám esetén megvalósulni látszik. Fontos azonban ezt a tényállást azzal összefüggésben értelmezni, hogy a jogszabály szempontjából aggályos hirdetés más magazinok esetében nem állapítható meg. A Walmark Kft. a Vj.47-015/2011. sz. iratban beadott nyilatkozatában kifejti, hogy ellenszolgáltatást (sem pénzben, sem barter megállapodás alapján) a Patika Tükörben közzétett cikk megjelenéséért a becsatolt számlák alapján megállapítható módon nem fizetett. Ugyanakkor előadja, hogy a Vj/47-

007/2010. iktatószámmon nyilvántartott adatszolgáltatásában a 3-5. számú mellékletben adatot szolgáltatott arra vonatkozóan, hogy a Walmark Kft. a cikk szerzője részére nyújtott ellenszolgáltatást a cikk megírásáért. A Walmark Kft. álláspontja szerint a törvényi tényállás megvalósulásához az szükséges, hogy a vállalkozás a szerkesztői tartalomért fizessen ellenszolgáltatást, azaz a cikk megjelenéséért. A becsatolt számla alapján megállapítható azonban, hogy a szerkesztői tartalomért nem, csupán a cikk megírásáért fizetett ellenszolgáltatást (amely nem tartalmaz utalást a Walmark termékére). A törvényi tényállás álláspontja szerint akkor és csak akkor valósul meg, ha és amennyiben a vállalkozás a szerkesztői tartalom használatáért nyújt ellenszolgáltatást, amely teljesülése - álláspontja szerint - jelen esetben a becsatolt tárgyi bizonyítékok alapján nem állapítható meg.

23. A Walmark Kft. álláspontja szerint továbbá a Gyftv.-ben foglaltak a szakmai ajánlást kizárólag akkor tiltják, amennyiben a reklám megfelel az 17.§.(1) bekezdés feltételeinek. Figyelemmel arra, hogy a megjelentetett Gyftv. 17. § (1) bekezdése szerinti reklámok (azaz a termék nevét tartalmazó kifejezett hirdetések a lap alján) nem tartalmazzák szakember ajánlását, ezért álláspontja szerint ezen magazinok tekintetében a törvény megsértése a jogszabály következetes és helyes értelmezése alapján nem állapítható meg. A szakember ugyanis kizárólag a támogató cikk (fizetett hirdetés) tartalmát ellenjegyzi és nem a törvényi tényállásban meghatározott reklámot. Tehát a törvény szövegezése kifejezetten egy típusú reklámot tilt, amelybe a szponzorált vagy egyéb, a törvényi kritériumnak meg nem felelő hirdetés nem tartozik bele. A cikket ellenjegyzők továbbá nem ajánlják a Walmark Kft. által reklámozott terméket. Azok kommunikációjának központjában a kiegyensúlyozott tájékoztatás áll és szövegük nem tartalmaz felhívást (ajánlást) egyetlen termék (sem a Walmark Kft., sem versenytárs termékeinek) megvásárlására sem. Mindezek alapján - álláspontja szerint - a tilos ajánlás tényállása nem valósulhat meg, mivel a tényállási elemek hiányosak, a tényállásból hiányzik a Gyftv. 17. § (1) bekezdés szerinti reklám és 17.§ (2) bekezdés g) pont szerinti szakember kifejezett ajánlása is.
24. A Walmark Kft. kifejtette, hogy a kereskedelmi kommunikáció közzététele időben húzódott el, az értékesítési szezon után jelent meg, ezért a versenytársak illetve fogyasztók nem szenvedhettek el tényleges hátrányt. A kommunikáció nem jelentős példányszámú és nem a fogyasztók széles körét érintő lapokban jelent meg. A kifogásolt cikkek a kiegyensúlyozott fogyasztói tájékoztatás jegyében nem kizárólagosan az eljárás alá vont értékesítését támogatták, mivel a cikkekben utalás történik más gyártók termékeire is. A társaság kommunikációs magatartása az általában elfogadott hirdetési gyakorlaton alapult. A cikkek kiadási körülményei kapcsán a magazinokkal szemben kifejezett utasítás nem történt, feltételezte, hogy a jogsértést meg nem valósító magazinokhoz hasonlóan a Patika Tükör Lapkiadó Kft. a reklámok szerkesztése során – lévén szakmai lapkiadó – figyelemmel van a hirdetésekkel kapcsolatos hatályos jogszabályi rendelkezésekre. Ennek alapján az utóellenőrzés elmaradása a vállalkozásnak felróható, azonban a hirdetési gyakorlat alapján - álláspontja szerint - csekély mértékben. A Walmark Kft. a GVH-val mindenben együttműködött, a tényállások teljes mértékű felderítéséhez hatékonyan hozzájárult. Jelen eljárás kapcsán az általános hirdetési gyakorlatán változtatott. Az eljárás megindítását követően hasonló tényállást tartalmazó aggályos hirdetést nem jelentet meg.
25. A Walmark Kft. kérte elsődlegesen a jogsértés hiányának megállapítását, másodlagosan kötelezettségvállalással az eljárás megszüntetését, harmadlagosan a bírság kiszabásának mellőzését, illetve enyhítő körülményekre figyelemmel annak minimális összegben való meghatározását.
26. Az előzetes álláspontra reagálva, a vizsgált magatartás Gyftv. szerinti értékeléséhez előadta, hogy a megjelentetett cikkel kapcsolatban célja nem a fogyasztók

megtévesztése volt, hanem gyors kommunikáció, amit szakértő írjon. A dr. előtagot a szerzői jogok illetve névviseelési jog sértetlensége miatt szükség volt feltüntetni. A szerző bemutatására továbbá nem került sor, a dr. előtag tudományos fokozatot elérő szakemberhez is, nemcsak egészségügyi szakemberhez köthető.

27. A felróhatóság és bírság kiszabásával kapcsolatban a szándékosság nem állapítható meg a véleménye szerint, mivel jóhiszeműen bízott a szakmai lapkiadók jogkövető magatartásában. A lapkiadó részéről a cikk és hirdetés elválasztására illetve a cikkírókkal kapcsolatban nem volt. Az esetek döntő többségében jogilag is ellenőriztetik a reklámjaik tartalmát, ami jelen esetben a rövid határidő miatt maradt el. Tekintettel arra, hogy a kifogásolt jogsértés egy egyszeri kampányban valósult meg, nem pedig független szeparált esetekről volt szó, a felróhatóság nem vagy igen csekély mértékben állapítható meg, hatása pedig elenyésző volt, így mindezért a bírság mellőzését kéri.
28. Amennyiben bírságra kerülne sor, kéri figyelembe venni, hogy csekély intenzitású kommunikáció volt, amely nem gyakorolt a piacra tényleges hatást. A kommunikációs költségek alapján megállapított bírság aránytalan megterhelést jelentene, helyette az érintett termékkel kapcsolatos, hirdetést követő 3 hónap bevételét tekintetné megfelelő számítási alapnak. A két jogszabály megsértését nem tartja megfelelő súlyosító tényezőnek, mivel az álláspontja szerint a jogsértés megállapíthatóságának és a bírság kiszabhatóságának alapja, súlyosító tényezőként való figyelembe vétele kétszeres értékeléshez vezetne. A stressz továbbá a mindennapi élet velejárója, így az ezeket felhasználó, megcélzott fogyasztó nem minősülhet beteg, így sérülékeny fogyasztónak, ennek súlyosító körülményként való figyelembevétele nem indokolt.
29. Enyhítő körülményként kéri figyelembe venni, továbbá, hogy a fogyasztók más forrásból is tájékozódhattak, a magazinok példányszáma nem feleltethető meg az olvasottságuknak, a kommunikáció kiegyensúlyozott tájékoztatást tartalmazott, korábbi esetben és azóta sem került jogsértés megállapításra vele szemben.

A Patika Tükör Lapkiadó Kft. álláspontja

30. Az Patika Tükör Lapkiadó Kft. előadta, hogy a Patika Tükör egészségügyi havilap, elhivatott az olvasók egészséges életmódra nevelése, szakszerű informálása tekintetében, ezért is foglalkoztat a kiadó neves szakértői gárdát. A Patika Tükör újságot a gyógyszertár alkalmazottai adják azoknak a fogyasztóknak, akik egészségtudatosan élnek, illetve tájékozódni szeretnének betegségekről és készítményekről. Éppen ezért tartalmát a gyógyszerészek is ismerik, garanciát vállalnak, amikor azt a betegeknek kiadják. A Patika Tükörben megjelenő szerkesztőségi és más anyagok szakmai minőségét jelzi, hogy országszerte számos gyógyszertár fizet rá elő. A magazin más egészségügyi és egészséges életmódra nevelő kiadványokhoz hasonlóan betegségeket mutat be és azok kezelésére és gyógyítására nyújt megoldásokat.
31. A Patika Tükör Lapkiadó Kft. a szakmai gondossági követelményeknek megfelelően jár el mindig és járt el ebben a konkrét esetben is. A lapban megjelent szakmai cikk nem torzítja a fogyasztói magatartást, ugyanis a stresszről mint a felgyorsult mindennapokban megjelenő sokakat érintő hétköznapi problémáról ír, ad tájékoztatást. A kezelések között a szerző egyrészt felsorolja a gyógyszermentes kezeléseket (a relaxációt, a testmozgást), másrészt megemlíti a gyógyszeres kezelés lehetőségét is, de ez esetben is körültekintően jár el, felhívja a figyelmet a beteg tájékoztatásban leírtakra. Mindemellett, mint alternatív lehetőséget, megemlíti a cikk a nyugtató hatású gyógynövényeket is, amelyeket napjainkban is gyógyteaként illetve gyógyszerekben találunk meg és fogyaszthatunk.

32. A Patika Tükör Lapkiadó Kft. álláspontja szerint a cikk nem gyógyszer-hatóanyagot említ meg, amely általában egy termék „differentia specifica-ja”, hanem csak példálózó felsorolást ad általánosan a nyugtató hatású gyógynövényekről. A gyógynövények megnevezése önmagában nem egy termék megnevezése és nem is a gyógyszerek hatóanyagának megnevezése. A cikkben a felsorolás egy olyan gyógynövénnyel kezdődik (komló), amelyet a Walbenosen egyáltalán nem is tartalmaz. A vizsgált szakmai cikk szerzője, semmilyen jogviszonyban nem volt a kiadóval. A Patika Tükör Lapkiadó Kft. nem volt kapcsolatban a Walbenosen készítmény forgalmazójával. Mindvégig csak a hirdetést megrendelő ügynökség munkatársával kommunikáltak. Tőle szakmai cikket kaptak, amellyel kapcsolatban semmilyen pénzmozgás nem történt. Későbbi nyilatkozatából (Vj.47-010/2011. sz. irat) kiderül, hogy a hirdetésről a megegyezés annak a „grátisz” cikkel együttes megjelenésére vonatkozott, a megjelenést a Walmark Kft. munkatársa hagyta jóvá.
33. Jogi álláspontja az, hogy a vélelmezett jogszabályokat nem sértették meg. A Patika Tükör olyan egészségügyi havilap, amelynek tematikája és terjesztése eltér az átlagos egészséggel foglalkozó fogyasztói lapokétól, speciális egészségügyi ismereteket közöl közérthető formában. Egy-egy témát szakszerűen körüljárva, általában a megelőzéstől a kezelésig feldolgoznak. Ehhez az információhoz természetesen hozzátartoznak a termékek jogszabály által megengedett hirdetési is. A Patika Tükör magazin fogyasztásra semmilyen formában nem ösztönöz, a 2011/2. számban megjelentetett szakmai cikk sem ajánlott semmilyen készítményt, semminek a fogyasztására nem bátorított senkit. Ugyanakkor a szerző felsorolta az összes olyan gyógynövényt, amelynek ismert nyugtató hatása van, nem csak azokat, amelyek a Walbenosen termékben megtalálhatóak. Mindezekre tekintettel véleménye szerint nincs szó szerkesztői tartalomnak álcázott reklámról. A Versenytanács előzetes álláspontjára reagálva ugyanakkor elfogadta, hogy egyértelmű jelzéssel, a szakértői cikk elkülönült volna a Walbenosen hirdetéstől.

V.

Jogi háttér

34. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése értelmében az Fttv. állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, valamint az ilyen kereskedelmi gyakorlat tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen cikk (2) bekezdése szerint a törvény hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely a Magyar Köztársaság területén valósul meg, továbbá arra is, amely a Magyar Köztársaság területén bárkit fogyasztóként érint.
35. Az Fttv. 2. §-ának
- a) pontja szerint fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy;
 - d) pontja szerint 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 szerint kereskedelmi kommunikáció a vállalkozás önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével közvetlenül összefüggésben történő információközlés, függetlenül annak megjelenési módjától, eszközétől;

f) pontja szerint reklám a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvényben (a továbbiakban: Grt.) ekként meghatározott fogalom;

h) pontja szerint 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.

36. A Grt. 3. §-ának d) pontja szerint a gazdasági reklám olyan közlés, tájékoztatás, illetve megjelenítési mód, amely valamely 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), szolgáltatás, ingatlan, vagyoni értékű jog (a továbbiakban mindezek együtt: áru) értékesítésének vagy más módon történő igénybevételének előmozdítására, vagy e céllal összefüggésben a vállalkozás neve, megjelölése, tevékenysége népszerűsítésére vagy áru, árujelző ismertségének növelésére irányul (a továbbiakban: reklám).
37. 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 kényszeríti, amelyet egyébként nem hozott volna meg (a továbbiakban: a fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas. A (3) bekezdés alapján a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §). A (4) bekezdés szerint a mellékletben meghatározott kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelenek.
38. Az Fttv. mellékletének 11. pontja szerint tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősül az írott vagy elektronikus médiában szerkesztői tartalom használata az áru értékesítésének vagy más módon történő igénybevételének előmozdítására úgy, hogy ezért a vállalkozás ellenszolgáltatást nyújtott, ez azonban nem tűnik ki egyértelműen a tartalomból vagy a fogyasztó számára egyértelműen felismerhető képi vagy akusztikus elemekből (szerkesztői tartalomnak álcázott reklám).
39. Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése értelmében a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve áru nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is. Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint, ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportja magatartásának torzítására alkalmas, és ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni.

40. Az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll. A (2) bekezdés alapján az (1) bekezdés szerinti vállalkozás felel akkor is, ha a kereskedelmi gyakorlatot szerződés alapján más személy valósítja meg a vállalkozás érdekében vagy javára. A (3) bekezdés szerint a (2) bekezdéstől eltérően, a kereskedelmi kommunikáció megjelenítési módjával összefüggő okból eredő jogsértésért az is felel, aki a kereskedelmi kommunikációt az arra alkalmas eszközök segítségével megismerhetővé teszi, valamint aki önálló gazdasági tevékenysége körében a kereskedelmi kommunikációt megalkotja vagy ezzel összefüggésben egyéb szolgáltatást nyújt, kivéve, ha a jogsértés az (1) bekezdés szerinti vállalkozás utasításának végrehajtásából ered. Az ilyen jogsértő kereskedelmi gyakorlattal okozott kárért e személyek az (1) bekezdés szerinti vállalkozással egyetemlegesen felelnek.
41. Az Fttv. 17. § (1) bekezdése szerint az Fttv-ben meghatározott hatóság jár el az e törvény szerinti eljárásban akkor is, ha külön törvény vagy kormányrendelet, illetve az annak végrehajtására kiadott jogszabály vagy az Európai Unió közvetlenül alkalmazandó jogi aktusa fogyasztókkal szembeni kereskedelmi gyakorlatra vonatkozó rendelkezésének megsértése tekintetében külön törvény vagy kormányrendelet így rendelkezik. Az ilyen eljárásban az eljáró hatóság vizsgálja mind az e törvény, mind pedig a külön törvény vagy kormányrendelet, illetve az annak végrehajtására kiadott jogszabály, illetve az Európai Unió közvetlenül alkalmazandó jogi aktusa fogyasztókkal szembeni kereskedelmi gyakorlatra vonatkozó rendelkezéseinek megsértését. Ugyanezen paragrafus (3) bekezdése szerint ha az (1) bekezdés szerinti eljárásban az eljáró hatóság azt állapítja meg, hogy a kereskedelmi gyakorlat a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmát és a külön törvény, illetve az annak végrehajtására kiadott jogszabály, illetve az Európai Unió közvetlenül alkalmazandó jogi aktusa fogyasztókkal szembeni kereskedelmi gyakorlatra vonatkozó rendelkezését is megsérti, az e törvényben meghatározott jogkövetkezmények mellett az (1) bekezdés szerinti külön törvényben vagy a felhatalmazása alapján kiadott jogszabályban meghatározott bármely jogkövetkezményt alkalmazhatja, azzal, hogy bírságot a magasabb bírságösszeget lehetővé tevő rendelkezések szerint szab ki, a bírságösszeg megállapításakor figyelembe véve azt, hogy a kereskedelmi gyakorlat mindkét alapon jogsértő.
42. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja alapján a Gazdasági Versenyhivatal 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.
43. A Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d), és f) pontja alapján az eljáró versenytanács határozatában d) megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését.
44. Az eljáró versenytanács a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése értelmében bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpv., illetve az Fttv. rendelkezéseit megsérti. A bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve annak – a határozatban azonosított – vállalkozáscsoportnak a jogsértést megállapító határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja. A (2) bekezdés szerint, ha az (1) bekezdés szerinti vállalkozásoknak, illetve vállalkozáscsoportnak a jogsértést megállapító határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételéről nem áll rendelkezésre hitelesnek tekinthető információ, a bírság maximumának meghatározásakor az utolsó hitelesen lezárt üzleti év árbevétele az irányadó. A (3) bekezdés rögzíti, hogy a bírság összegét az eset összes körülményeire – így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a

jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő felek piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a törvénybe ütköző magatartás ismételt tanúsítására – tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a fogyasztók, üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

45. A Gyftv. 17. §-ának (1) bekezdése kimondja, hogy az embergyógyászati célra szánt, gyógyszerből vény nélkül is kiadható és társadalombiztosítási támogatásban nem részesülő 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
46. A Gyftv. 17. §-a (2) bekezdésének g) pontjában foglalt rendelkezés szerint az (1) bekezdés szerinti reklám nem tartalmazhat olyan utalást vagy kifejezést, amely
- g) tudósok, egészségügyi szakemberek vagy ismert személyiségek ajánlását tartalmazza.
47. A Gyftv. 18. §-a (1) bekezdése szerint a gyógyszerrel és gyógyászati segédeszközzel kapcsolatos kereskedelmi gyakorlat e törvényben, valamint a 77. § (2) bekezdésének j) pontjában foglalt felhatalmazás alapján kiadott rendeletben (a 18-19. § tekintetében a továbbiakban: rendelet) meghatározott szabályai megsértéséért - a (3) és a (4) bekezdésben meghatározott kivételekkel - az felel, aki a kereskedelmi gyakorlat tekintetében önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével összefüggő célok érdekében jár el, és a kereskedelmi gyakorlattal érintett gyógyszer, illetve gyógyászati segédeszköz értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll. Ugyanezen jogszabályhely (2) bekezdése szerint az (1) bekezdésben meghatározott személy felel akkor is, ha a kereskedelmi gyakorlatot szerződés alapján más személy valósítja meg az (1) bekezdésben meghatározott személy érdekében vagy javára. A törvény 18. §-ának (4) bekezdése kimondja, hogy a kereskedelmi kommunikáció megjelenítési módjával összefüggő okból eredő jogsértésért az is felel, aki a kereskedelmi kommunikációt az arra alkalmas eszközök segítségével megismerhetővé teszi, valamint, aki önálló gazdasági tevékenysége körében a kereskedelmi kommunikációt megalkotja vagy ezzel összefüggésben egyéb szolgáltatást nyújt, kivéve, ha a jogsértés az (1) bekezdésben meghatározott személy utasításának végrehajtásából ered.

VI.

A Versenytanács döntése

A vizsgált magatartás megítélése az Fttv. alapján

48. Általános követelményként fogalmazódik meg, hogy a vállalkozásnak a fogyasztók irányában tanúsított kereskedelmi gyakorlata feleljen meg a tisztesség követelményének, a jogszabályi előírásoknak.
49. A Versenytanácsnak, az eljárást megindító végzésben foglaltak alapján, arról kellett kialakítania álláspontját, hogy az Fttv. melléklete 11. pontjának megvalósításával az eljárás alá vont vállalkozások megsértették-e az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését azzal, hogy a Patika Tükör Lapkiadó Kft. által kiadott Patika Tükör magazin februári számában közzétett cikk tekintetében a fogyasztók számára nem derült ki, hogy nem objektív tájékoztatásról van szó, hanem a Walmark Kft. által támogatott tartalomról.
50. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat címzettjei részben önálló foglalkozásukon és gazdasági tevékenységükön kívül eső célok érdekében eljáró természetes személyek voltak, így a velük szemben tanúsított magatartásra az Fttv. hatálya kiterjed. Az eljárás alá vont vállalkozások vizsgált magatartásának értékelése kapcsán a Versenytanács megállapította, hogy az elsősorban olyan fogyasztók magatartásának befolyásolására volt alkalmas, akik a cikkben említett élethelyzetre, a stressz tüneteinek enyhítésére keresnek megoldást. Ezen potenciális fogyasztók az átlagosnál sérülékenyebb fogyasztói csoportot alkotnak, amely esetében a vásárlási döntés értékelési szakaszában a várt gyógyító hatás kiemelkedően fontos tényező, az érintett termék, amitől állapotuk javulását várják bizalmi terméknek minősül. A Versenytanács ezért nem osztja a Walmark Kft. azon álláspontját, hogy mivel a stressz a mindennapi élet velejárója, így annak kezelésére szolgáló, reklámozott terméket felhasználó fogyasztó nem tekinthető sérülékeny fogyasztónak. A fogyasztók fokozottabb kiszolgáltatottsága miatt pedig ezen a területen különös jelentősége van az előírásoknak megfelelő kereskedelmi kommunikációknak.
51. Az Fttv. 3. §-ának (2)-(4) bekezdései értelmében egy kereskedelmi gyakorlat három esetben minősülhet tisztességtelennek:
 - a) ha megfelelnek az Fttv. 3. §-ának (2) bekezdésben rögzített feltételeknek, vagy
 - b) ha a kereskedelmi gyakorlat megtévesztő vagy agresszív, megfelelő a 6-8. §-ban szabályozott feltételeknek, vagy
 - c) ha az adott kereskedelmi gyakorlat szerepel az Fttv. mellékletében (az ún. „feketelistán”).
52. Annak elbírálása során, hogy az adott kereskedelmi gyakorlat tisztességtelennek minősül-e, mindenekelőtt azt kell vizsgálni, hogy az adott magatartás szerepel-e a feketelistában. Ha igen, s a kereskedelmi gyakorlat megfelel az Fttv. mellékletében rögzített kritériumoknak, akkor a kereskedelmi gyakorlat minden további vizsgálat nélkül tisztességtelennek minősül.
53. Az újságok vonatkozásában a fogyasztók különbséget tesznek a reklámok és a reklámnak nem minősülő tartalom között. A fogyasztók számára felismerhetően reklámnak minősülő tartalom esetében a fogyasztók előtt ismert, hogy annak célja valamely vállalkozás vagy termék ismertségének megteremtése vagy növelése, a termék

- iránti kereslet felkeltése, a termék értékesítésének támogatása. Az e körbe nem sorolandó, ún. szerkesztői tartalom a fogyasztói ismeretek, tapasztalatok szerint semleges információközlést tartalmaz, amelynek elsődleges célja a tájékoztatás, a szórakoztatás, a vélemény-kifejezés, azaz világosan elkülönül egy vállalkozás érdekét szolgáló kereskedelmi kommunikációtól, reklámtól. A fogyasztói döntési folyamatra a reklámok és a reklámnak nem minősülő tartalmak eltérő módon képesek hatást gyakorolni, így például adott esetben az elfogulatlanak tűnő, egy adott áru vagy szolgáltatás kedvező tulajdonságait közvetlenül vagy közvetetten ismertető szerkesztői tartalom nagyobb meggyőző erővel bírhat, mint az értékesítésében érdekelt vállalkozás reklámja.
54. Az Fttv. rendelkezéseinek értelmében ezért tilalmazott az olyan, valamely áru értékesítésének vagy más módon történő igénybevételének előmozdítását célzó, illetve azt eredményező vagy arra alkalmas kereskedelmi gyakorlat, amely annak révén alkalmas a fogyasztói döntési folyamat torzítására, hogy az áru értékesítésében érdekelt vállalkozás által nyújtott ellenszolgáltatás ellenében az írott vagy elektronikus médiában megjelenő tájékoztatás a vállalkozás ellenszolgáltatása által nem befolyásolt szerkesztői tartalom formáját ölti.
55. Az eljárás alá vont vállalkozások gyakorlatának lényege az volt, hogy Walmark Kft. a Patika Tükör magazinban együtt jelentetett meg $\frac{1}{2}$ oldalon egy reklámot, vele egy oldalon, a reklám felett pedig szintén $\frac{1}{2}$ oldal terjedelemben egy olyan cikket, amelyet a Walmark Kft. megbízása alapján egy egészségügyi szakember készített. A Versenytanács kiemeli, hogy a jogsértés megállapításának nem feltétele, hogy a szerkesztői tartalomnak álcázott reklámban közvetlenül megjelenjen az értékesítendő áru vagy szolgáltatás, elegendő a szerkesztői tartalomnak álcázott reklámnak (a jelen esetben a cikknek) egy, a fogyasztók által is felismerhetően reklámként megjelenő kereskedelmi kommunikáció tartalmához kapcsolódó, az abban foglaltakat támogató tartalma. Bár a reklámozott áru megnevezése nem jelent meg a cikkben, a cikk tartalma egyértelműen támogatta a reklámot, mivel olyan egészségügyi problémára hívta fel a figyelmet, aminek a tüneteit egyébként a reklámozott készítmény enyhíti. A cikkben továbbá felhívják az olvasó figyelmét arra, hogy a tünetek kezelésére a megfelelő gyógynövény tartalmú vény nélkül kapható gyógyszerek is alkalmasak. A cikkben foglaltak még az olvasó tudatában vannak, amikor vele egy oldalon, alatta, egy látómezőben találkozik felismerhetően a Walmark Kft. reklámjával, ami a cikkben is említett megoldások egyikét hirdeti. A cikk támogató jellegének megítélése szempontjából nincs jelentősége annak, hogy a cikkben más lehetőségekre, például sportolásra, vagy a reklámban hirdetett gyógyszer gyógynövény tartalmán kívüli más gyógynövényre is felhívják a figyelmet.
56. Ugyanígy nem elfogadható az eljárás alá vont vállalkozások azon érvelése, hogy a cikk akár önálló szerkesztői tartalomként is megjelenhetett volna. Az Fttv. melléklete 11. pontja kapcsán az bír elsődleges jelentőséggel, hogy szerkesztői tartalomnak álcázott reklámnak minősül-e a kereskedelmi kommunikáció. Ha ez megállapítható, akkor alapvetően lényegtelen, hogy a tájékoztatás milyen objektív tartalommal bír, mivel a jogsértés ettől függetlenül, a reklám álcázott volta révén valósul meg. A cikk nem vitatottan a Walmark Kft. megrendelésére készült, és a lapban történő megjelenés érdekében ő bocsátotta a Patika Tükör újság kiadójának rendelkezésére. A cikk kapcsolata pedig az alatta megjelentetett reklámmal az előbbi pontban kifejtetteknek megfelelően fennáll, ez a gyakorlat kétség kívül a reklámozott termék értékesítésének előmozdítására alkalmas.
57. A cikkhez kapcsolódóan semmilyen módon nem jelent meg a fogyasztók számára az a tény, hogy itt nem egy ellenszolgáltatás nélkül létrejött szerkesztői tartalomról van szó, hanem Walmark Kft. által megjelentetett kommunikációról. A cikk továbbá az azt

megíró orvos aláírásával jelent meg, így a cikknek a témában jártas szakember általi jegyzése a cikknek az alatta elhelyezett reklámtól való függetlenségének az érzetét is erősíthette az olvasókban.

58. A Versenytanács a korábbi gyakorlatának is megfelelően (lásd például Vj.51/2010) leszögezi, hogy a szerkesztői tartalomnak álcázott reklám ellenszolgáltatásának megvalósulása nemcsak akkor állapítható meg, ha a felek a közöttük létrejött megállapodásban vagy az általuk kibocsátott számlán, pénzügyi elszámolásukban stb. kifejezetten nevesítették a szerkesztői tartalomnak álcázott reklámért fizetendő ellenszolgáltatást. Az ellenszolgáltatás léte akkor is megállapítást nyer, ha
- felek megállapodása magában foglalja a fogyasztók számára is felismerhető reklám mellett a szerkesztői tartalomnak álcázott reklámot is, s az ellenszolgáltatás egy összegben kerül megállapításra;
 - a reklámért fizetendő ellenértékből oly módon részesül kedvezményben a reklámozó (megbízottja), hogy a reklám egy része, így különösen a szerkesztői tartalomnak álcázott rész kapcsán „ingyenességben” állapodnak meg a felek;
 - a reklámért fizetendő ellenérték csak a fogyasztók számára is egyértelműen felismerhető reklámokra vonatkozóan és összegben kerül kiszámlázásra a hirdető felé;
59. Jelen esetben továbbá az ellenszolgáltatás ténye abban is megragadható, hogy a cikket a Walmark Kft. készítette el és bocsátotta a Patika Tükör Lapkiadó rendelkezésére, aki ezt szerkesztői tartalomként jelentette meg, azonban a szerzőnek az ellenszolgáltatást a Walmark Kft. fizette meg. Független, és nem a hirdető érdekeit szolgáló tartalom esetén ennek költsége a kiadót terhelte volna.
60. A Versenytanács megjegyzi továbbá, hogy a Gyógyhír Magazinban megjelentett reklám esetében a cikk mellett feltüntetésre került, hogy az szponzorált tartalom, bár ebben az esetben is a cikk megjelentetése tekintetében „ingyenességben” állapodott meg a kiadó és a Walmark Kft., tehát az eljárás alá vont vállalkozás számára is ismertté válhatott más újság erre vonatkozó gyakorlata.
61. A rendelkezésre álló bizonyítékokból egyértelműen megállapítható, hogy az eljárás alá vont vállalkozások közötti megegyezés arra irányult, hogy a Patika Tükörben egy olyan egységesnek tekintendő kereskedelmi kommunikáció jelenjen meg, amely az adott oldal felét kitevő, a fogyasztók által is felismerten reklámból és az adott oldal másik felét kitevő cikkből áll. Ezen nem változtat az, hogy a megrendelés során a Patika Tükör Lapkiadó Kft. felé nem közvetlenül a reklámozó vállalkozás, a Walmark Kft., hanem a vállalkozás megbízottjaként médiaügynökség járt el, mivel ez egyrészt általános gyakorlat, másrészt a Patika Tükör Lapkiadó Kft. számára a megrendelés folyamán nyilvánvalóan ismertté vált ez, - többek között - azáltal is, hogy a megjelenést a megbízó hagyta jóvá (Vj.47-010/2011 sz. irat). A megjelenésért fizetett ellenszolgáltatás a megrendelő és a számlák alapján nyomon követhető, s így a cikk esetében is - amely utóbbit „grátis” biztosította a Patika Tükör Lapkiadó Kft. a hirdetés megrendelése mellett, az 58. és 59. pontban foglaltaknak megfelelően megállapítható az ellenszolgáltatás ténye. A kereskedelmi kommunikációért fizetett ellenszolgáltatás létének tényén pedig nem változtat az a körülmény sem, hogy azt sem közvetlenül a reklámozó vállalkozás, a Walmark Kft., hanem a vele szerződéses kapcsolatban álló, a vállalkozás megbízottjaként eljáró médiaügynökség teljesítette, majd azokat továbbszámlázta a Walmark Kft. felé.
62. Mindezek alapján a jelen esetben vizsgált, Patika Tükörben megvalósult kereskedelmi gyakorlat megvalósította az Fttv. mellékletének 11. pontjában szereplő tilalmazott magatartást.

63. Az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése értelmében a Walmark Kft. felelőssége fennáll, hiszen a vizsgált kereskedelmi gyakorlat során a Patika Tükörben megjelent kereskedelmi kommunikáció az érintett Walbenosen gyógyszer értékesítése, eladásának ösztönzése révén a közvetlen érdekében állott. Az Fttv. 9. §-ának (2) bekezdés alapján pedig az (1) bekezdés szerinti vállalkozás felelőssége akkor is fennáll, ha a kereskedelmi gyakorlatot szerződés alapján más személy valósítja meg a vállalkozás érdekében vagy javára.
64. Ugyanakkor az Fttv. 9. §-ának (3) bekezdése alapján megállapítható a Patika Tükör Lapkiadó Kft. felelőssége is az Fttv. melléklete 11. pontját megvalósító, fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatért. Jelen esetben a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelensége a kereskedelmi kommunikáció megjelenítési módjából ered, miszerint a cikk úgy jelent meg, hogy a fogyasztók számára nem derült ki, hogy az szponzorált tartalom. Megállapítható továbbá, hogy a Patika Tükör Lapkiadó Kft. nem mentesülhet a felelősség alól az Fttv. 9. §-ának (3) bekezdésében megjelenő kivétel alapján, ugyanis a megrendelés során a Walmark Kft. részéről nem adott és juttatott érvényre olyan utasítást, amely a szponzorált tartalom feltüntetésének mellőzésére szólított volna fel és ami a Patika Tükör Lapkiadó Kft. felelősségének megállapíthatatlanságát eredményezné.
65. A Walmark Kft.-nek a Walbenosen termékkel kapcsolatban vizsgált kommunikációjának további két esetében, a Patika Magazinban és Gyógyhír Magazinban megjelent kereskedelmi kommunikációk esetében a cikkek úgy jelentek meg, hogy mellettük a fogyasztók számára egyértelműen azonosíthatóan feltüntetésre került, hogy a cikkek szponzorált tartalmak. Ezek az esetek tehát nem valósítják meg az Fttv. mellékletének 11. pontjába foglalt tilalmat.
66. A Versenytanács megjegyzi továbbá, hogy ennek a gyakorlatnak a bevettségét támasztja alá a Patika Tükör magazin egész szerkezete, megjelenítési módja, mely jelentős százalékban tartalmaz klasszikus hirdetéseket és azokhoz kapcsolódó témátámogató cikkeket, melyek zöménél a fogyasztók számára felismerhető módon fel is tüntetik azt a tényt, hogy az adott tartalomért ellenszolgáltatást fizettek. Éppen ezért az, hogy a jelen esetben ennek feltüntetése elmaradt, még inkább erősíthette a fogyasztók megtévesztésének lehetőségét, hiszen más hasonló felépítésű oldalon az egyes cikkek ellenszolgáltatásának tényét láthatták az olvasók, itt viszont nem, megerősítve őket abban a tévhitben, hogy itt a reklámozótól független tartalmat olvashatnak.

A vizsgált magatartás megítélése az Gyftv. alapján

67. A Walmark Kft. vizsgált kommunikációs gyakorlatában a 12. és 13. pontokban részletezettek szerint a Walbenosen termék értékesítésének előmozdítására két részből álló hirdetést tett közzé: egy, a Gyftv. 17.§ (1) bekezdésének is megfelelő reklámot és egy, a reklámozott terméket támogató cikket. A Versenytanács a két részből álló közlést egységes kereskedelmi kommunikációnak tekintette, mivel azokat az 55. pontban részletezettek szerint a fogyasztó is összekapcsolja, valamint a Walmark Kft. vizsgált kommunikációs gyakorlatának a lényegét képezte az együttes megjelenítés. A kommunikációs gyakorlat során közzétett támogató cikk és a vele együtt megjelenő reklám egységes kommunikációként való kezelése szempontjából lényegtelen, hogy a támogató cikk mellett fel van-e tüntetve, hogy az szponzorált tartalom. A cikkeket és a hozzá kapcsolódó reklámot a Walmark Kft. bocsátotta a kiadók rendelkezésére, a megjelenéseket is a Walmark Kft. hagyta jóvá, azok tartalmáért a Walmark Kft.-t terheli a felelősség.

68. A vizsgált cikkeket a Walmark Kft. megrendelése alapján megállapíthatóan egészségügyi szakemberek írták. Ennek kapcsán az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy csak azt kell mérlegelni, hogy a fogyasztó a cikkeket olvasva arra a következtetésre juthat-e, hogy az író egészségügyi szakember. Jelen esetben, tekintettel a kereskedelmi gyakorlatban érintett magazinok jellegére (alapvetően patikákban terjesztett ingyenes, egészségügyi témákat lefedő lapok), valamint a cikkek konkrét, egészséget érintő témájára, a cikkeket olvasók nyilvánvalóan az aláírásban szereplő doktori címből a szerzőket egészségügyi szakemberként azonosíthatták. Az a következtetés, hogy egy szakember által írt cikket olvasnak, pedig alkalmas arra, hogy bizalmat ébresszen a tájékoztatás valósága, objektivitása és így a benne megfogalmazott ajánlás iránt is, hiszen egy orvos vagy gyógyszerész szerzőhöz általánosságban a gyógyszerek, gyógymódok tekintetében szakmai hozzáértés képe társul.
69. A cikkekben, a már korábban kifejtettek szerint, megjelenik egy egészségügyi szakembertől származó ajánlás, mely szerint a stressz tüneteinek kezelésében a vény nélkül kapható gyógynövény tartalmú gyógyszerek segíthetnek. Az, hogy a cikkben nincs konkrét utalás a Walbenosen termékre, valamint, hogy a cikk olyan gyógynövényi összetevőről is szól, mely a Walbenosenben nem található meg, nem változtat a fenti ajánlás tényén. A reklámnak nem kell továbbá kifejezett ajánlást tartalmazni, a Gyftv. 17. § (2) bekezdése értelmében elegendő, ha a reklám utalást tartalmaz arra vonatkozóan, hogy a terméket egészségügyi szakemberek ajánlják. Mivel a cikk és az alatta lévő hirdetés egy üzenetként, mégpedig reklámként kezelendő – a korábbiakban kifejtettek szerint - így az orvos által adott, a stressz kezelésére vény nélkül kapható, gyógynövény tartalmú gyógyszer használatára vonatkozó ajánlás és az ajánlást kielégítő, reklámozott Walbenosen termék egyértelműen összekapcsolható.
70. A Versenytanács megjegyzi továbbá, hogy a Gyftv. 17. § (2) g) pontjában meghatározott tilalom éppen azt szolgálja, hogy bizalmi termék esetében ne lehessen a fogyasztó üzleti döntésének értékelési folyamatát nem megfelelő módon befolyásolni. Az a magatartás, ami a kereskedelmi kommunikációt látszólag két részre: egy ajánlásra és egy közvetlen termékreklámra bontja, ennek a szabályozásnak a megkerülését célozza és a magatartás eljárás alá vontnak való felrőhatóságát támasztja alá.
71. Mindezek alapján a Walmark Kft. jelen esetben vizsgált, Walbenosen termékével kapcsolatos kereskedelmi gyakorlata megvalósította az Gyftv. 17.§ (2) g) pontjában tilalmazott magatartást.
72. A Gyftv. 18. §-ának (1) bekezdése értelmében a Walmark Kft. felelőssége fennáll, hiszen a vizsgált kereskedelmi gyakorlat során megjelentett kereskedelmi kommunikációi az érintett Walbenosen gyógyszer értékesítése, eladásának ösztönzése révén a közvetlen érdekében állott, így a kereskedelmi gyakorlat megvalósítása tekintetében gazdasági tevékenységével összefüggő célok érdekében járt el.
73. A törvény 18. §-ának (4) bekezdése alapján a kommunikációt közlétező lapok kiadói nem felelnek a Gyftv. megsértéséért, ugyanis bár a kereskedelmi kommunikációt az arra alkalmas eszközök segítségével ők tették megismerhetővé, ugyanakkor a Versenytanács megítélése szerint jelen esetben a kifogásolt magatartás nem tekinthető a kereskedelmi kommunikáció megjelenítési módjából összefüggő okból eredő jogsértésnek.

A döntés összefoglalása

74. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapítja, hogy a Walmark Kft. és a Patika Tükör Lapkiadó Kft. a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytattak, amikor a Patika Tükör című lap 2011. februári számában szerkesztői

tartalomnak álcázott reklámot tettek közzé, ezzel, tekintettel az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdésére és az Fttv. mellékletének 11. pontjára, megsértették az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését.

75. A Versenytanács megállapítja, hogy a Walmark Kft. megsértette továbbá a Gyftv. 17. §-ának (2) bekezdésének g) pontjában foglalt tilalmat, amikor a Patika Tükör, Patika Magazin és Gyógyhír Magazin című újságokban olyan hirdetéseket jelentetett meg, amelyek utalást tartalmaztak arra, hogy reklámozott termékét egészségügyi szakemberek ajánlják.

Bírság megállapítása

76. A Patika Tükör Lapkiadó Kft-vel szemben a Versenytanács nem tartja indokoltnak bírság kiszabását, mivel egy jogsértő megjelenésről van szó, mely így hatását tekintve nem lehetett szignifikáns.
77. A jogsértés Tptv. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján történő megállapításán túlmenően a Versenytanács a Walmark Kft-vel szemben bírságot szab ki a Tptv. 78. §-ának (1) bekezdése alapján, a bírság összegét a Tptv. 78. §-a (3) bekezdésének és a GVH Elnökének és a Versenytanács Elnökének 1/2007. számú Közleményének (továbbiakban Közlemény) megfelelően meghatározva. A Közlemény a Kúria (Legfelsőbb Bíróság) megközelítését figyelembe véve kiemeli, hogy a bírság kiszabásának célja az, hogy a vállalkozásokat visszatartsa a tisztességtelen piaci magatartástól, és egyúttal megteremtse a gazdasági verseny tisztességét. Ez a cél pedig csak olyan mértékű bírsággal valósítható meg, amely a versenyjogsértést megvalósító vállalkozásnak arányos, de érezhető megterhelést jelentő anyagi hátrányt okoz, s olyan összegű, amely az eljárás alá vontat és más vállalkozást hasonló magatartástól visszatart. A Versenytanács Közleményben összefoglalt gyakorlata szerint a bírság összegének kiindulópontjául szolgálhat a jogsértő tájékoztatással járó költség, vagy a jogsértéssel érintett piacon realizált időarányos árbevétel, amely mértéket a releváns súlyosító és enyhítő körülmények növelhetnek, illetve csökkenthetnek. Ezt követően szükséges annak mérlegelése, hogy az így kalkulált bírságösszeg összességében alkalmas-e a kívánatos következmények elérésére.
78. A Walmark Kft. esetében ugyan a kifogásolt kommunikációk egy kampány részeként jelentek meg, azonban nem egy, hanem több megjelenésből álltak, továbbá a 70. pontban foglaltak szerint a magatartás a Walmark Kft-nek felróható, így a Versenytanács a bírság kiszabását tekinti a megfelelő prevenció eszköznek. Azt, hogy a kampány rövid ideig tartott és nem volt intenzív, csak a bírságösszeg enyhítő körülményei között tartja jelen esetben a Versenytanács mérlegelhetőnek, a felróhatóság mértékét mérlegelve pedig azt a bírságösszeg mértékére sem súlyosító sem enyhítő tényezőként - az eset összes körülményére is tekintettel - nem veszi számításba.
79. Mivel a kifogásolt kommunikációhoz tartozó részletes költségadatokat rendelkezésre állnak, ezért a Versenytanács ezek összegét tartja megfelelő alapnak a bírság meghatározására. Az, hogy a kampány a reklámozott termék értékesítésére nézve milyen időtávban, mértékben és milyen tartósan fejtette ki hatását, illetve különböző egyéb marketing eszközöknek milyen szerepe volt ebben, hasonló pontossággal nem határozható meg. A jelen esetben ezért a pontos reklám költségadatokat megfelelő kiindulási alapot biztosítanak a bírság kiindulási alapjának.
80. A Versenytanács a bírságot a súlyosító és enyhítő körülmények mérlegelésével határozta meg, figyelembe véve a Közleményben foglaltakat is, valamint a bírság arányosságát érdekében az eljárás alá vont vállalkozás teljes nettó árbevételét is.

81. A Versenytanács a bírság összegének megállapításakor súlyosító körülményként értékeli, hogy
- a) a Walmark Kft. által követett gyakorlat egy esetben a Fttv. és a Gyftv. alapján is jogsértő volt, amit az Fttv. 17§ (3) bekezdésével összhangban figyelembe vett Versenytanács;
 - b) a kereskedelmi gyakorlat sérülékeny fogyasztói csoportot megcélzó, bizalmi termék vonatkozásában valósult meg;
82. A Versenytanács a bírság összegének megállapítása során enyhítő körülményként értékeli, hogy a kifogásolt kommunikációs gyakorlat rövid időre korlátozódott, nem volt intenzív, mindössze 3 újsághirdetésre terjedt ki, így hatása korlátozott maradhatott.
83. Az eljárás során valamennyi eljárás alá vont kötelezettsége a GVH-val való együttműködés, így az csak akkor értékelhető bírság összegét csökkentő körülménynek, ha az eljárás alá vont vállalkozás az elmaradása esetén szankcionálható együttműködésen túlmenő segítséget nyújt. Jelen esetben a Versenytanács ilyen körülményt nem azonosított.
84. Az eljárás során tett nyilatkozat, mely szerint a jövőre nézve kerülni fogja a hasonló jogsértést, főszabályként nem lehet továbbá a bírság kiszabásánál sem enyhítő körülményként figyelembe venni, mivel nem érinti a magatartás múltbeli lehetséges vagy tényleges következményeinek megítélését, illetve nem ösztönöz a jogsértések elkerülésére. Ugyanígy nem látta indokoltnak a Versenytanács annak figyelembevételét, hogy a fogyasztók más forrásból (patikusoktól) is informálódhattak a termékről.
85. Nem tudja figyelembe venni a Versenytanács a Walmark Kft. azon hivatkozását, miszerint korábbi jogsértés hiányát enyhítő körülményként vegye figyelembe, mivel eljárás alá vontat a Versenytanács a Vj.10/2005. ügyben született határozatával korábban már egyszer elmarasztalta.
86. Amint azt a Versenytanács több ízben is kifejtette (ld. pl. Vj-51/2010.), az Fttv. mellékletében felsorolt tényállások megvalósítása esetén csak kivételesen, rendkívüli méltánylást érdemlő körülmények között látja elfogadhatónak a Tpv. 75. §-ának, illetve az Fttv. 27. §-a (3) bekezdésének az alkalmazását, ilyen körülményt azonban az eljáró versenytanács a jelen esetben nem lát azonosíthatónak.
87. A fentiek mérlegelése során a Versenytanács a bírság összegét 1.000.000 Ft-ban határozta meg, amelyet a magatartás súlyával és a bírságkiszabás céljának eléréséhez, érvényre juttatásához fűződő közérdekkel összhangban állónak talált.
88. A bírságot a határozat kézhezvételétől számított harminc napon belül kell megfizetni, függetlenül attól, hogy a határozattal szemben keresetet terjesztenek-e elő. A közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) jelen eljárásban alkalmazandó 110. §-a (1) bekezdésének a) pontja szerint a keresetlevél benyújtásának a döntés végrehajtására nincs halasztó hatálya, az ügyfél azonban a keresetlevélben a döntés végrehajtásának felfüggesztését kérheti. A végrehajtást a kérelem elbírálásáig a Versenytanács nem foganatosíthatja.
89. A Ket. 171. § (4) bekezdése értelmében a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény és egyes kapcsolódó törvények, valamint a miniszteri hatósági hatáskörök felülvizsgálatával összefüggő egyes törvények módosításáról szóló 2011. évi CLXXIV. törvény (a továbbiakban: Módtv.) 46. §-ával megállapított VIII. fejezetét kell alkalmazni az e rendelkezés hatálybalépésekor (2012. február 1.) még meg nem indult végrehajtási eljárásokra is. Ennek alapján a jelen eljárásban alkalmazható a Ket. 2012. február 1-je óta hatályos 140. §-a is, amelynek (1)

bekezdése értelmében a végrehajtást megindító hatóság vagy a bíróság függesztheti fel a végrehajtást. A Ket. 140. § (3) bekezdése szerint a végrehajtást megindító hatóság a kötelezett kérelmére kivételesen akkor függesztheti fel a végrehajtást, ha a kötelezett a felfüggesztésre okot adó, méltányolható körülményt igazolta, és a kötelezettet a a végrehajtási eljárás során korábban nem sújtották eljárási bírsággal.

90. A Ket. 171. § (4) bekezdése alapján a jelen eljárásban alkalmazandó Ket. 132. §-ának (1) bekezdés a) pontja szerint a kötelezett késedelmi pótléket köteles fizetni, ha a pénzfizetési kötelezettségének határidőre nem tett eleget. A (2) bekezdés szerint a késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része. Ennek ellentételezéseként a Tpv. jelen eljárásban alkalmazandó 83. §-ának (5) bekezdése úgy rendelkezik, hogy ha az eljáró versenytanács határozata jogszabályt sértett és ennek következtében az ügyfélnek igénye keletkezik a bíróság visszatérítésére, a visszatérítendő összeg után a mindenkori jegybanki alapkamat kétszeres összegének megfelelő kamatot is meg kell téríteni.
91. A bíráságnak a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bíráságbéveteli számlája javára történő befizetésekor a közlemény rovatban feltüntetendő: az eljárás alá vont neve, a versenyfelügyeleti eljárás száma, a befizetés jogcíme (bírság).
92. A bíráság és a késedelmi pótlék meg nem fizetése esetén a Gazdasági Versenyhivatal megindítja a határozat végrehajtását. E tekintetben a Tpv. 95/B. § (3) bekezdése alapján a Módtv. 20-22. §-ával megállapított, 2012. február 1-jétől hatályos rendelkezéseket kell alkalmazni a hatálybalépéskor még meg nem indult végrehajtási eljárásokra is. Mindezek alapján a Versenytanács tájékoztatja a kötelezettet, hogy a teljesítési határidőben meg nem fizetett bírság, valamint a meg nem fizetett késedelmi pótlék behajtása iránt a Tpv. 90/A. §-ának (1) bekezdése alapján a Gazdasági Versenyhivatal a végrehajtási eljárás megindítását követően haladéktalanul megkeresi az adóhatóságot.

VII.

Egyéb kérdések

93. Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a Gazdasági Versenyhivatal jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.
94. Az Fttv. 11. §-ának (1) bekezdése értelmében a 10. § alkalmazásában a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál – a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével – a következő szempontok irányadóak: a) az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközének jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára vagy a jogsértéssel érintett áru mennyiségére, vagy b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján.
95. 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, vagy d) az áru eladásának helyén alkalmazott eladásösztönző kereskedelmi gyakorlat legalább három megyében megszervezésre kerül.
96. A Versenytanács megállapította a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörének jelen ügybeni fennálltát az Fttv-ben foglalt tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tekintetében, figyelemmel arra, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű időszakos lapok útján valósult meg.
97. A Gyftv. 18/A. §-ának (1) bekezdése meghatározza, hogy a gyógyszerrel és gyógyászati segédeszközzel kapcsolatos, fogyasztókkal szembeni kereskedelmi gyakorlat e törvényben, illetve a rendeletben meghatározott szabályai megsértése esetén az eljárás lefolytatására - a (2) bekezdésben foglalt kivételekkel - a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló törvényben meghatározott hatóság jogosult. Az eljáró hatóság a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló törvényben meghatározott szabályok szerint jár el.
98. A Gyftv. 17. § (2) bekezdése a Gyftv. „A gyógyszerrel, illetve gyógyászati segédeszközzel kapcsolatos, fogyasztókkal szembeni kereskedelmi gyakorlatra vonatkozó szabályok” cím alatt található és nem esik ezen jogszabály 18/A. §-ának (2) bekezdésében foglalt kivételek közé, így a Gyftv. 18/A. §-a értelmében az Fttv. rendelkezéseivel összhangban a GVH hatásköre a Gyftv. vonatkozó rendelkezésének megsértése tárgyában megállapítható.
99. Az eljárást befejező döntést a Tpvt. – Fttv. 27. §-a alapján alkalmazandó – 63. §-ának (2) bekezdés a) pontja szerint a vizsgálat elrendelésétől számított három hónapon belül kell meghozni; az ügyintézési határidő azonban ugyanezen szakasz (6) bekezdése szerint indokolt esetben két alkalommal, egyenként legfeljebb két hónappal meghosszabbítható. A Ket. – Tpvt. 44. §-a alapján alkalmazandó – 33. §-a (3) bekezdésének c) pontja értelmében a tényállás tisztázásához szükséges adatok közlésére irányuló felhívástól az annak teljesítéséig terjedő idő az ügyintézési határidőbe nem számít be. Az eljárás kezdőnapja 2011. június 20. A Tpvt. 63. §-ának (2) bekezdés a) pontja, illetve a Ket. 33. §-a (3) bekezdésének c) pontja alkalmazásával, figyelembe véve továbbá, hogy az eljárási határidő két alkalommal, egyenként 2-2 hónappal meghosszabbításra került, az ügyintézési határidő 2012. március 5-én járt le.
100. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpvt. 83. §-ának (1) bekezdése biztosítja.

Budapest, 2012. május 10.

Pál Tamás sk.
előadó versenytanács tag

dr. Miks Anna sk.
versenytanács tag

dr. Dobos Gergely sk.
versenytanács tag