



1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

Levélcím: 1245, Budapest 5. Pf. 1036

Telefon: (06-1) 472-8865, **Fax:** (06-1) 472-8860

Ügyszám: Vj/91/2016

Iktatószám: Vj/91-207/2016.

Betekinthető!

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa a Sziklai&Andrejszki Ügyvédi Iroda, képviseli: dr. Sz. P. ügyvéd (1052 Budapest, Petőfi Sándor u. 11. IV. emelet 20.) által képviselt **Novonex Pharma Kft.** (2161 Csomád, József Attila utca 73.), a dr. Zamadits Péter ügyvéd által képviselt **Daylight Média Kft.** (1037 Budapest, Királylaki út 138. A. ép.), a Kántor, Szilasi, Sárközy és Társai Ügyvédi Iroda [képviselet: dr. S. Sz. ügyvéd (1123 Budapest, Alkotás utca 39/C.)] és a Dr. Hatházi Vera Ügyvédi Iroda által képviselt **Blikk Kft.** (1122 Budapest, Városmajor utca 11.) és a Kántor, Szilasi, Sárközy és Társai Ügyvédi Iroda [képviselet: dr. S. Sz. ügyvéd (1123 Budapest, Alkotás utca 39/C.)] és a Dr. Hatházi Vera Ügyvédi Iroda által képviselt **Ringier Axel Springer Magyarország Kft.** (1122 Budapest, Városmajor utca 11.) eljárás alá vont vállalkozások ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt indult versenyfelügyeleti eljárásban – nyilvános tárgyalást követően - meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t .

- I. Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a Novonex Pharma Kft. 2014. május 24. napjától a Novo C Plus C-vitamint tartalmazó étrend-kiegészítő készítmény népszerűsítése során alkalmazott
 - „A liposzómális technológia lehetővé teszi a C-vitamin kiváló hasznosulását a szervezetben.”
 - „A liposzómális technológia a ma ismert egyik legfejlettebb technológia a C-vitamin sejtekhez való célzott eljuttatásában. A tudomány és a természet ötvözésével kiemelkedően magas felszívódást tesz lehetővé a véráramba és a sejtekbe.”
 - „Klinikailag igazolt felszívódási hatékonyság”
 - „1000 mg hagyományos C-vitaminnál akár a C-vitamin 80%-a kiürül anélkül, hogy a szervezetet hasznosítani tudná”
 - „Nem nagy dózisokat kell szedni, hanem olyan készítményt, melynek a C-vitamin tartalma valóban hatékonyan képes felszívódni a szervezetbe. A liposzómális technológiával előállított C-vitamin ebből a szempontból újdonságnak számít”
 - „forradalmi áttörés a C-vitamin felszívódásában”,

valamint az egyező üzenetű egészségre vonatkozó hatás állításokkal tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot valósított meg.

II. Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a Novonex Pharma Kft. és

- a Ringier Axel Springer Magyarország Kft.
 - o a Kiskegyed
 - 2014. 23. évfolyam, 29. száma,
 - 2014. 23. évfolyam, 38. száma,
 - 2014. 23. évfolyam 42. száma,
 - 2014. 23. évfolyam, 49. száma,
 - 2014. 23. évfolyam 50. száma,
 - o a Kiskegyed Fitt
 - 2014. VII. évfolyam 3. száma,
 - 2014. VII. évfolyam 4. száma,
 - o a Kiskegyed Konyhája
 - 2014. XXII. évfolyam 8. száma,
 - 2014. 12. száma,
 - o a Hölgvilág
 - 2014. 8. szám,
 - 2014. 10. száma,
- a Blikk Kft.
 - o a Blikk Nők 2015. XI. évfolyam, 30. száma,
 - o a Blikk Egészség 2015. 5. száma (2015. június 10.),
- a Daylight Média Kft.
 - o a Páciens Magazin 2016. II. évfolyam 7. szám

vonatkozásában szerkesztői tartalomnak álcázott reklám megjelenítése miatt tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott.

III. A jogsértés megállapítása mellett az eljáró versenytanács megtiltja a jogsértő magatartás további folytatását a Novonex számára, és bírságot szab ki. Az eljáró versenytanács kötelezi a Novonex Pharma Kft.-t 25.662.500,-Ft (azaz huszonötmillió-hatszázhatvankétezer-öttszáz forint), a Blikk Kft.-t 1.000.000,-Ft (azaz egymillió forint) és a Ringier Axel Springer Magyarország Kft.-t 5.000.000,- Ft (azaz ötmillió forint) versenyfelügyeleti bírság megfizetésére.

Ezen összegeket a kötelezettek a határozat kézbesítésétől számított harminc napon belül kötelesek megfizetni a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételei számlájára.

Befizetéskor a közlemény rovatban feltüntetendő: az eljárás alá vont neve, a versenyfelügyeleti eljárás száma, a befizetés jogcíme (bírság). Ha a kötelezett a bírságfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget, az adózás rendjéről szóló törvény szerinti késedelmi pótlékkal azonos módon számított mértékű késedelmi pótlékot köteles fizetni. A bírság és a késedelmi pótlék meg nem fizetése esetén a Gazdasági Versenyhivatal megindítja a határozat végrehajtását.

- IV. Az eljáró versenytanács a Daylight Média Kft.-t figyelmezteti, valamint arra vonatkozó kötelezettséget ír elő számára, hogy a Daylight Média Kft. alakítson ki a versenyjogi előírásoknak való megfelelést és a jogsértés megelőzését biztosító belső eljárásrendet és kötelezi, hogy ennek teljesülésének részletes igazolását dokumentumokkal alátámasztva 2019. szeptember 1-ig nyújtsa be a Gazdasági Versenyhivatalnak.

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

Az eljáró versenytanács meghozta továbbá az alábbi

v é g z é s t .

Az eljáró versenytanács megszünteti az eljárást a következő állítások vonatkozásában:

- „*a legnépszerűbb hosszan tartó hatású C-vitamin készítményhez képest*”
- „*a leghatékonyabb felszívódásért*”

A jelen végzés ellen a kézhezvételtől számított nyolc napon belül közigazgatási per indítható. A keresetlevelet a Gazdasági Versenyhivatalnál kell elektronikusan benyújtani, amely azt az ügy irataival együtt továbbítja a közigazgatási perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező Fővárosi Törvényszéknek. A jogorvoslati kérelmet a Fővárosi Törvényszék mint elsőfokú bíróság a közigazgatási perrendtartás szerinti eljárásban bírálja el. A törvényszék eljárásában a jogi képviselő kötelező.

* * *

Ha a jogorvoslatra jogosult az egybefoglalt határozat és végzés ellen jogorvoslattal él, a határozat elleni jogorvoslat szabályait kell alkalmazni.

INDOKOLÁS

I.

Az eljárás tárgya

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) 2016. október 18-án versenyfelügyeleti eljárást indított a Novonex Pharma Kft. (a továbbiakban: Novonex) ellen,¹ mivel észlelte, hogy a Novonex a Novo C Plus C-vitamint tartalmazó étrend-kiegészítő készítmény népszerűsítése során az alábbi állításokat alkalmazta:
 - „A liposzómális technológia lehetővé teszi a C-vitamin kiváló hasznosulását a szervezetben.”
 - „A liposzómális technológia a ma ismert egyik legfejlettebb technológia a C-vitamin sejtekhez való célzott eljuttatásában. A tudomány és a természet ötvözésével kiemelkedően magas felszívódást tesz lehetővé a véráramba és a sejtekbe.”
 - „Klinikailag igazolt felszívódási hatékonyság”
 - „1000 mg hagyományos C-vitaminnál akár a C-vitamin 80%-a kiürül anélkül, hogy a szervezet hasznosítani tudná”
 - „forradalmi áttörés a C-vitamin felszívódásában”
 - „Nem nagy dózisokat kell szedni, hanem olyan készítményt, melynek a C-vitamin tartalma valóban hatékonyan képes felszívódni a szervezetbe. A liposzómális technológiával előállított C-vitamin ebből a szempontból újdonságnak számít.”
2. A VJ/91/2016. számú ügyindító végzés szerint a fentiekben ismertetett kereskedelmi gyakorlatával a Novonex valószínűsíthetően úgy alkalmazott a Novo C Plus étrend-kiegészítő kapszula C-vitamin hatóanyagának felszívódásával és az emberi szervezetbeli hasznosulásával kapcsolatos állításokat, hogy azok megalapozottságát nem tudta igazolni, megsértve ezzel a 2014. december 12-ig tanúsított magatartások esetében az élelmiszerláncról és hatósági felügyeletéről szóló 2008. évi XLVI. törvény (a továbbiakban: Éltv.) 76/A. §-a alapján alkalmazott 10. § (2) bekezdésében foglaltakat, valamint a 2014. december 13. napjától tanúsított magatartás tekintetében a fogyasztók élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásáról szóló az Európai Parlament és a Tanács 2011. október 25-i 1169/2011/EU Rendelete (a továbbiakban: 1169/2011/EU rendelet) 7. cikk (1) bekezdés b) pontjában foglaltakat, továbbá a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 6. § (1) bekezdés b) pontjában foglalt tényállás megvalósításával az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat.
3. A GVH észlelte továbbá, hogy a Novonex a Novo C Plus C-vitamint tartalmazó étrend-kiegészítő készítmény népszerűsítése során az alábbi állításokat is alkalmazta:
 - „a leghatékonyabb felszívódásért”
 - „a legnépszerűbb hosszan tartó hatású C-vitamin készítményhez képest”

¹ Vj/91/2016. számú irat

4. A VJ/91/2016. számú végzés szerint a Novonex a fentiekben ismertetett kereskedelmi gyakorlatával valószínűsíthetően úgy alkalmazott az étrend-kiegészítő kapszula tekintetében piacelsőségi állításokat, hogy azokat igazolni nem tudta, megsértve ezzel az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontjában foglalt tényállás megvalósításával az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat.
5. A GVH a 2017. május 16-án kelt VJ/91-26/2016. számú végzésében rögzítette, hogy a Novonex a Kiskegyed Magazinban, a Kiskegyed Fitt Magazinban, a Kiskegyed Konyhája Magazinban, Hölgvilág Magazinban, Blikk Nők Magazinban, Blikk Egészség Magazinban és Páciens Magazinban megjelent hirdetési mellett közölt, szerkesztői tartalomnak tűnő cikkek tartalmához információkat nyújtott, illetve a cikkek elkészítéséért ellenszolgáltatást nyújtott, ez azonban nem tűnik ki egyértelműen a tartalomból illetve a fogyasztó számára egyértelműen felismerhető képi elemekből. Ezzel az eljárás alá vont valószínűsíthetően megvalósította az Fttv. mellékletének 11. pontjában foglaltakat és megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében foglalt tilalmat.
6. E magatartás miatt a GVH a 2017. május 16-án kelt VJ/91-27/2016., VJ/91-28/2016., és VJ/91-29/2016. számú végzésekkel a Daylight Média Kft.-t, a Blikk Kft.-t és a Ringier Axel Springer Magyarország Kft.-t az eljárásba ügyfélként bevonta.
7. A versenyfelügyeleti eljárás kiterjed a Novonex 2014. május 24. napjától a versenyfelügyeleti eljárás indításáig alkalmazott, az 1. és 3. pontban ismertetett, a Novo C Plus C-vitamint tartalmazó étrend-kiegészítő készítmény felszívódásával és hasznosulásával kapcsolatos, illetve piacelsőségi állításokra, valamint az ezekkel egyező üzenetű kereskedelmi gyakorlat alkalmazására. Az eljárás kiterjed továbbá arra, hogy a Novonex a Kiskegyed (23. évfolyam, 29. szám, 2014. július 15., 23. évfolyam, 38. szám, 2014. szeptember 16., 23. évfolyam 42. szám, 2014. október 14., 23. évfolyam, 49. szám, 2014. december 2., 23. évfolyam 50. szám, 2014. december 9. szám), a Kiskegyed Fitt (2014. VII. évfolyam 3. szám, 2014. VII. évfolyam, 4. szám) Kiskegyed Konyhája (XXII. évfolyam 8. szám, 2014. augusztus, 2014. december – 2015. január szám), Hölgvilág (2014. 8. szám, 2014. 10. szám), Blikk Nők (XI. évfolyam, 30. szám, 2015. július 22.) és a Blikk Egészség (2015. június 10.) valamint a Páciens Magazin (2016. októberi szám) újságaiban megjelent hirdetési mellett közölt szerkesztői tartalomnak tűnő cikkek tartalmához információkat nyújtott, illetve a cikkek elkészítéséért ellenszolgáltatást nyújtott, ez azonban nem tűnt ki egyértelműen a tartalomból, illetve a fogyasztó számára egyértelműen felismerhető képi elemekből.
8. Az eljáró versenytanács VJ/91-186/2016.-VJ/91-189/2016 számon megküldte az eljárás alá vontak számára az előzetes álláspontját, illetve tárgyalás tartására vonatkozó értesítését (VJ/91-191/2016) és 2018. április 29-én tárgyalást tartott².

² A jegyzőkönyvet lásd a VJ/91-197/2016. számon

II.

Az eljárás alá vont vállalkozások

Novonex Pharma Kft.

9. A Novonex 2012. június 11-én került bejegyzésre a cégnyilvántartásba.³ A Novonex főtevékenysége gyógyszer, gyógyászati termék nagykereskedelem, [ÜZLETI TITOK].⁴
10. A Novonex nettó értékesítési árbevétele 2016-ban, 2017-ben illetve 2018-ban 146.498.000 Ft (471.024,4 Euro),⁵ 256.625.000 Ft (827.448,9 Euro),⁶ illetve 395.555.735 Ft⁷, munkavállalóinak száma pedig mindkét évben 1 fő volt.⁸
11. A Novonex [ÜZLETI TITOK].⁹ A Novonex nyilatkozata szerint [ÜZLETI TITOK].¹⁰
12. A fenti nyilatkozatok és a rendelkezésre álló adatok¹¹ alapján megállapítható, hogy a Novonex KKV-nak minősül.
13. A Novonex előadta, hogy [ÜZLETI TITOK].¹² A Novonex [ÜZLETI TITOK].¹³

Ringier Axel Springer Magyarország Kft.

14. A Ringier Axel Springer Magyarország Kft. (a továbbiakban: Ringier) 1989. április 27-én került bejegyzésre. Fő tevékenysége folyóirat, időszaki kiadvány kiadása.¹⁴ A kiadó jelen versenyfelügyeleti eljárásban érintett kiadványa a Kiskegyed, Kiskegyed Fitt, Kiskegyed Konyhája és Hölgyvilág magazinok.
15. A Ringier 2016., illetve 2017. évi nettó értékesítési árbevétele 6.717.817.000 Ft (21.599.308,72 Euro),¹⁵ illetve 6.771.742.000 Ft (21.834.468 Euro),¹⁶ a munkavállalók száma pedig 178, illetve 199 fő volt.¹⁷

³ VJ/91-113/2016. sz. irat

⁴ VJ/91-8/2016. sz. irat

⁵ Átszámítás a 2016. decemberi, 311,02 Ft árfolyam alapján történt <https://www.mnb.hu/letoltes/hu0301-arfolyam.xls>

⁶ Átszámítás a 2017. decemberi, 310,14 Ft árfolyam alapján történt <https://www.mnb.hu/letoltes/hu/0301-arfolyam.xls>

⁷ VJ/91-179/2016. sz. irat

⁸ VJ/91-113/2016. sz. irat

⁹ A 2004. évi XXXIV. törvény 3. § (1) bekezdése szerint KKV az a vállalkozás, amelynek

a) összes foglalkoztatotti létszáma 250 főnél kevesebb, és

b) éves nettó árbevétele legfeljebb 50 millió eurónak megfelelő forintösszeg, vagy mérlegfőösszege legfeljebb 43 millió eurónak megfelelő forintösszeg.

A (2) bekezdés szerint a KKV kategórián belül kisvállalkozónak minősül az a vállalkozás, amelynek

a) összes foglalkoztatotti létszáma 50 főnél kevesebb, és

b) éves nettó árbevétele vagy mérlegfőösszege legfeljebb 10 millió eurónak megfelelő forintösszeg.

A (3) bekezdés szerint a KKV kategórián belül mikrovállalkozásnak minősül az a vállalkozás, amelynek

a) összes foglalkoztatotti létszáma 10 főnél kevesebb, és

b) éves nettó árbevétele vagy mérlegfőösszege legfeljebb 2 millió eurónak megfelelő forintösszeg.

¹⁰ VJ/91-73/2016. sz. irat

¹¹ VJ/91-135/2016. sz. irat

¹² VJ/91-130/2016. sz. irat

¹³ VJ/91-8/2016. sz. irat

¹⁴ VJ/91-113/2016. sz. irat

¹⁵ Átszámítás a 2016. decemberi, 311,02 Ft árfolyam alapján történt <https://www.mnb.hu/letoltes/hu0301-arfolyam.xls>

16. A Ringier nyilatkozata szerint¹⁸ a KKV tv. szerinti KKV-nak minősül, partnervállalkozása nincs, illetve kapcsolódó vállalkozásai az alábbiak.
- Ringier Axel Springer Media AG (CH 8008 Zürich, Kreuzstrasse 26; nyilvántartási szám: CH-020.3.035.279-2) – anyavállalat,
 - RAS-NYOMDA Nyomdaipari Korlátolt Felelősségű Társaság (6000 Kecskemét, Mindszenti krt. 63.; Cg.03-09-113878) – leányvállalat,
 - Ringier Axel Springer Hírszolgálat Korlátolt Felelősségű Társaság (1122 Budapest, Városmajor utca 11.; Cg.01-09-198087) – leányvállalat,
 - Blikk Korlátolt Felelősségű Társaság (1122 Budapest, Városmajor utca 11.; Cg.01-09-187043) – testvérvállalat,
 - profession.hu Korlátolt Felelősségű Társaság (1123 Budapest, Nagyenyed utca 8-14. 4. em.; Cg.01-09-199015) – testvérvállalat.
17. A Ringier előadta¹⁹ továbbá, hogy a Ringier Axel Springer Media AG a Ringier egyedüli, 100%-os tulajdonosi részesedéssel rendelkező tagja, a Ringier a RAS-NYOMDA Nyomdaipari Kft. kizárólagos, 100%-os tulajdoni részesedéssel rendelkező tulajdonosa; valamint a Ringier Axel Springer Hírszolgálat Kft. kizárólagos, 100%-os tulajdoni részesedéssel rendelkező tulajdonosa, és a Ringiernek nem áll fenn más vállalkozással partnervállalkozásnak minősülő kapcsolata, így a Ringier vonatkozásában a fentiekben felsorolt vállalkozások minősülnek kapcsolódó vállalkozásnak.
18. A Ringier vállalkozással kapcsolatban megállapítható,²⁰ hogy a kapcsolódó vállalkozásaival az összes foglalkoztatotti létszáma a 250 főt meghaladja.
19. A fenti nyilatkozatok és a rendelkezésre álló adatok²¹ alapján megállapítható, hogy a Ringier nem minősül KKV-nak.

A Blikk Kft.

20. A Blikk Kft. (a továbbiakban: Blikk) 2014. április 1-jén került bejegyzésre. Fő tevékenysége napilapkiadás. A kiadó jelen versenyfelügyeleti eljárásban érintett kiadványa a Blikk Nők és Blikk Egészség magazinok.
21. A Blikk 2016., illetve 2017. évi nettó értékesítési árbevétele 5.806.005.000 Ft²² (18.667.625,8 Euro), illetve 5.724.798.000 Ft²³ (18.458.754 Euro), a munkavállalók száma pedig 82, illetve 84 fő volt.

¹⁶ Átszámítás a 2017. decemberi, 310,14 Ft árfolyam alapján történt <https://www.mnb.hu/letoltes/hu/0301-arfolyam.xls>

¹⁷ VJ/91-112/2016. sz. irat, VJ/91-113/2016. sz. irat

¹⁸ VJ/91-112/2016. sz. irat

¹⁹ VJ/91-112/2016. sz. irat

²⁰ VJ/91-135/2016. sz. irat

²¹ VJ/91-135/2016. sz. irat

²² Átszámítás a 2016. decemberi, 311,02 Ft árfolyam alapján történt <https://www.mnb.hu/letoltes/hu0301-arfolyam.xls>

²³ Átszámítás a 2016. decemberi, 311,02 Ft árfolyam alapján történt <https://www.mnb.hu/letoltes/hu0301-arfolyam.xls>

22. A Blikk nyilatkozata szerint²⁴ a KKV tv. szerinti KKV-nak minősül, partnervállalkozása nincs, illetve kapcsolódó vállalkozásai az alábbiak
- Ringier Axel Springer Media AG (CH 8008 Zürich, Kreuzstrasse 26; nyilvántartási szám: CH-020.3.035.279-2) – anyavállalat,
 - Ringier Axel Springer Magyarország Korlátolt Felelősségű Társaság (1122 Budapest, Városmajor utca 11., Cg. 01-09-061743) – testvérvállalat,
 - RAS-NYOMDA Nyomdaipari Korlátolt Felelősségű Társaság (6000 Kecskemét, Mindszenti krt. 63.; Cg.03-09-113878) – a Ringier leányvállalata,
 - Ringier Axel Springer Hírszolgálat Korlátolt Felelősségű Társaság (1122 Budapest, Városmajor utca 11.; Cg.01-09-198087) – a Ringier leányvállalata,
 - profession.hu Korlátolt Felelősségű Társaság (1123 Budapest, Nagyenyed utca 8-14. 4. em.; Cg.01-09-199015) – testvérvállalat.
23. A Blikk előadta továbbá,²⁵ hogy a Ringier Axel Springer Media AG a Blikk egyedüli, 100%-os üzleti részesedéssel rendelkező tagja, és a Blikknek nem áll fenn más vállalkozással partnervállalkozásnak minősülő kapcsolata, így a Blikk vonatkozásában a fent felsorolt vállalkozások minősülnek kapcsolódó vállalkozásnak.
24. A Blikk vállalkozással kapcsolatban megállapítható, hogy a kapcsolódó vállalkozásaival az összes foglalkoztatotti létszám a 250 főt meghaladja.²⁶
25. A fenti nyilatkozatok és a rendelkezésre álló adatok²⁷ alapján megállapítható, hogy a Blikk nem minősül KKV-nak.

A Daylight Média Kft.

26. A Daylight Média Kft. (a továbbiakban: Daylight) 2011. szeptember 9-én került bejegyzésre. Fő tevékenysége PR, kommunikáció.²⁸ A kiadó jelen versenyfelülvizelési eljárásban érintett kiadványa a Páciens Magazin.
27. A Daylight 2016., illetve 2017. évi nettó értékesítési árbevétele 310.651.000 Ft (998.813,6 Euro),²⁹ illetve 290.487.000 Ft (936.631,8 Euro),³⁰ a munkavállalók száma pedig mindkét évben 4 fő volt.³¹
28. A Daylight nyilatkozata szerint³² a KKV tv. szerinti partner, illetve kapcsolódó vállalkozása nincs. A fenti árbevételei-, illetve mérlegadatokat, illetve az összes foglalkoztatotti létszám adat

²⁴ VJ/91-111/2016

²⁵ VJ/91-111/2016

²⁶ A KKV tv. 5. § (5) bekezdése szerint azon vállalkozás esetében, amelynek partner- vagy kapcsolódó vállalkozásai vannak, a 3. §-ban meghatározott adatokat az összevont (konszolidált) éves beszámoló alapján, ennek hiányában a vállalkozás nyilvántartása alapján kell meghatározni. A KKV tv. 5. § (9) bekezdése szerint az (5) és (7) bekezdés alkalmazásában, az adott vállalkozáshoz kapcsolódó vállalkozások adatait a vállalkozások összevont (konszolidált) éves beszámolója alapján, ennek hiányában a vállalkozások nyilvántartásai alapján kell meghatározni.

²⁷ VJ/91-135/2016. sz. irat

²⁸ VJ/91-113/2016. sz. irat

²⁹ Átszámítás a 2016. decemberi, 311,02 Ft árfolyam alapján történt <https://www.mnb.hu/letoltes/hu0301-arfolyam.xls>

³⁰ Átszámítás a 2016. decemberi, 311,02 Ft árfolyam alapján történt <https://www.mnb.hu/letoltes/hu0301-arfolyam.xls>

³¹ VJ/91-113/2016. sz. irat

alapján a Daylight a KKV tv. 3. § szerinti KKV-nak, azon belül is mikrovállalkozásnak minősül.

III.

Az érintett termék

29. A versenyfelügyeleti eljárásban közvetlenül érintett termék a Novonex által forgalmazott Novo C Plus C-vitamint tartalmazó étrend-kiegészítő készítmény, amely a Novo C Plus® liposzómális C-vitamint tartalmazó és a Novo C Immun® liquid liposzómális C-vitamint tartalmazó étrend-kiegészítő készítményt jelenti.
30. A nyilvántartásba vételre vonatkozó információkat a VJ/91-130/2016. számú irat tartalmazza. Az Országos Gyógyszerészeti és Élelmezés-egészségügyi Intézet (a továbbiakban: OGYÉI) a Novo C Plus liposzómális C-vitamin tartalmú készítmény csipkebogyó kivonattal és citrus bioflavonoidokkal terméket 15527/2014. számon vette nyilvántartásba, a Novo C Immun liquid liposzómális C-vitamin tartalmú étrend-kiegészítő készítményt 17235/2016. számon vette nyilvántartásba.³³
31. A Novo C Plus C-vitamint tartalmazó étrend-kiegészítő készítmény – egyéb, különleges táplálkozási célú élelmiszer kategóriában történő nyilvántartásba vétel hiányában – általános közfogyasztásra készült élelmiszernek minősül.
32. A Novonex előadta, hogy [ÜZLETI TITOK].³⁴
33. A Novonex a Novo C Plus liposzómás C-vitamin termék versenytársainak az alábbiakat tekinti [ÜZLETI TITOK].³⁵
34. A Novonex [ÜZLETI TITOK].³⁶
35. A Novonex nyilatkozata szerint [ÜZLETI TITOK].³⁷
36. A Novonex szerint [ÜZLETI TITOK].³⁸

IV.

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

37. A Novonex a Novo C Plus termékeinek népszerűsítése során többféle reklámeszközt alkalmazott. Egyes reklámeszközök esetében azonban nem került feltüntetésre azok fizetett jellege, továbbá egyes reklámeszközökön olyan állításokat alkalmazott a Novonex, amelyek valószínűsíthetően jogsértőek.
38. Az érintett termékkel kapcsolatos vizsgálat tárgyát a felsorolt valamint az ezekkel egyező üzenetű állítások képezték:

³² VJ/91-132/2016. sz. irat

³³ Lásd: VJ/91-130/2016. sz. irat

³⁴ VJ/91-8/2016. sz. irat

³⁵ VJ/91-8/2016. sz. irat

³⁶ VJ/91-8/2016. sz. irat

³⁷ VJ/91-8/2016. sz. irat

³⁸ VJ/91-8/2016. sz. irat

- „A liposzómális technológia lehetővé teszi a C-vitamin kiváló hasznosulását a szervezetben.”
- A liposzómális technológia a ma ismert egyik legfejlettebb technológia a C-vitamin sejtekhez való célzott eljuttatásában. A tudomány és a természet ötvözésével kiemelkedően magas felszívódást tesz lehetővé a véráramba és a sejtekbe.”
- „Klinikailag igazolt felszívódási hatékonyság”
- „1000 mg hagyományos C-vitaminnál akár a C-vitamin 80%-a kiürül anélkül, hogy a szervezet hasznosítani tudná”
- „forradalmi áttörés a C-vitamin felszívódásában”
- „Nem nagy dózisokat kell szedni, hanem olyan készítményt, melynek a C-vitamin tartalma valóban hatékonyan képes felszívódni a szervezetbe. A liposzómális technológiával előállított C-vitamin ebből a szempontból újdonságnak számít”
- „a leghatékonyabb felszívódásért”
- „a legnépszerűbb hosszan tartó hatású C-vitamin készítményhez képest.”

39. A jelen versenyfelügyeleti eljárást megelőzően a Novonex vállalkozással szemben a GVH VJ/48/2014. számon már folytatott eljárást, amely eljárásban a vizsgált időszak 2014. május 23. napjáig tartott,³⁹ továbbá a GVH VJ/28/2016. számon utóvizsgálatot tartott.⁴⁰ A korábbi vizsgálatra tekintettel a jelen eljárásban a kereskedelmi gyakorlat vizsgálatára 2014. május 24. napjától kerül sor. A VJ/48/2014. számú eljárásban az eljáró versenytanács megállapította, hogy a Novonex 2013 októbere és 2014. május 23. között tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, mivel úgy alkalmazott piacelsőségi állításokat az általa forgalmazott Novo C Plus étrend-kiegészítő kapszula C-vitamin hatóanyagának felszívódására és az emberi szervezetbeli hasznosulásával kapcsolatban, hogy abban az időben azok valóságtartalmát igazolni nem tudta. Az eljáró versenytanács a magatartás további folytatását megtiltotta és bírságot szabott ki a Novonex-szel szemben.
40. A Novonex nyilatkozata szerint a termékre vonatkozó reklámkampány egységes volt, [ÜZLETI TITOK].⁴¹
41. A vizsgálat kiterjedt a Novo C Plus termék csomagolásán található információk vizsgálatára,⁴² a Novonex által üzemeltetett honlap tartalmának vizsgálatára,⁴³ a televíziós reklám tartalmára, a YouTube-on is elérhető reklámok tartalmára, a rádió reklám spot szövegének vizsgálatára, a sajtóban,⁴⁴ illetve egyéb módon⁴⁵ megjelent kereskedelmi kommunikáció vizsgálatára.

³⁹ Az eljáró versenytanács megtiltotta a magatartás további folytatását, illetve kötelezte a Novonex vállalkozást 6.000.000,- Ft bírság megfizetésére; VJ/48-74/2014. sz. határozat, VJ/91-131/2016. sz. irat

⁴⁰ Az eljáró versenytanács az eljárást megszüntette, VJ/28-35/2016. sz. végzés; VJ/91-131/2016. sz. irat

⁴¹ VJ/91-130/2016. sz. irat és VJ/91-178/2016. sz. irat

⁴² Lásd: VJ/91-140/2016. sz. vizsgálati jelentés VIII. Mellékletének 258. pontja

⁴³ Lásd: VJ/91-140/2016. sz. vizsgálati jelentés VIII. Mellékletének 259. pontja

⁴⁴ Lásd: VJ/91-140/2016. sz. vizsgálati jelentés VIII. Mellékletének 255. és 263. pontja

⁴⁵ Siófoki Kongresszuson kihelyezett tájékoztató 2015. október 8.; lásd VJ/91-140/2016. sz. vizsgálati jelentés VIII. Mellékletének 259. pontja

42. A televízió reklámban szövegszerűen a következő hangzik el: „A műsor támogatója a Novo C Plus liposzómális C-vitamin.” 5 mp szpot. A reklámban a termék doboza jelenik meg, amelyen a „leghatékonyabb felszívódásért” szlogen olvasható.

43. A YouTube-on is elérhető reklámok tartalma az alábbi.

- „Tudta, hogy a szervezet már egy hagyományos 200 mg-os dózistól is csaknem teljesen telítődik? Az e feletti mennyiség pedig hasznosulatlanul ürül ki akár mellékhatásokat is okozva? Ennek oka, hogy a C-vitamin alapvetően vízben oldódik. A szervezet viszont a zsírban oldódó vitaminokat tudja hatékonyan elraktározni. Önmagában még a hosszantartó hatás sem elég, mert a C-vitamin így is vízdékony marad. A Novo C Plus liposzómális C-vitamin a C-vitaminok új generációja. Azontúl, hogy szintén biztosítja a hosszantartó C-vitamin adagolást, sokkal többre is képes. Benne a C-vitamin molekulákat olyan természetes foszfolipid réteg veszi körül, mely sejtmembránjainkat is alkotja. A buroknak köszönhetően a C-vitamin zsírban oldódóvá válik, így a dózisok akár csökkenthetők is, mert a becsomagolt C-vitamin eljut a sejtekhez, ahol ténylegesen hatnia kell. Novo C Plus *a leghatékonyabb felszívódásért!*” A reklám képi elemei a szöveghez igazodva mutatják be a C-vitamin hasznosulást, a termékre jellemző foszfolipid burkot, a szpot végén pedig a termék csomagolása jelenik meg.
- „Mi a Novo C Plus liposzómális C-vitamin sikerének titka? Ma már számos C-vitamin készítmény létezik, de a felszívódási hatékonyságuk korántsem egyforma. Tudta, hogy a szervezet már egy hagyományos 200 mg-os dózistól is csaknem teljesen telítődik? Az e feletti mennyiség pedig hasznosulatlanul ürül ki akár mellékhatásokat is okozva? Ennek oka, hogy a C-vitamin alapvetően vízben oldódik. A szervezet viszont a zsírban oldódó vitaminokat tudja hatékonyan elraktározni. Önmagában még a hosszantartó hatás sem elég, mert a C-vitamin így is vízdékony marad. A Novo C Plus liposzómális C-vitamin a C-vitaminok új generációja. Azontúl, hogy szintén biztosítja a hosszantartó C-vitamin adagolást, sokkal többre is képes. Benne a C-vitamin molekulákat olyan természetes foszfolipid réteg veszi körül, mely sejtmembránjainkat is alkotja. Az anyatejben a tápanyagokat szintén ilyen természetes burok veszi körül, hogy a babák szervezete a lehető legjobban tudja azokat hasznosítani. A buroknak köszönhetően a C-vitamin zsírban oldódóvá válik, így a dózisok akár csökkenthetők is, mert a becsomagolt C-vitamin eljut a sejtekhez, ahol ténylegesen hatnia kell. A Novo C Plus az egyetlen liposzómális C-vitamin kapszula, melynek hatékonysága klinikailag igazolt. Novo C Plus *a leghatékonyabb felszívódásért!*” A reklám képi elemei a szöveghez igazodva mutatják be a C-vitamin hasznosulást, a termékre jellemző foszfolipid burkot, a szpot végén pedig a termék csomagolása jelenik meg.
- „Üzenjen az immunrendszerének a Novo C Plus liposzómális C-vitaminnal. Természetes összetevőket tartalmaz, folyamatos C-vitamin adagolást biztosít. De még ennél is többet tud. Könnyebben bejut a sejtekbe, mert a C-vitamint zsírdékony burok veszi körül. Így míg a hagyományos vízdékony C-vitaminok akár 80%-a kiürül a szervezetből, a Novo C Plus extrém magas hasznosulást biztosít. Nagy erő egy kis kapszulában. Így ebből egy kisebb dózis is elég. Novo C Plus *a leghatékonyabb felszívódásért!*” A reklám képi elemei mutatják az összetevőket, a hasznosulást, illetve a szpot végén a termék csomagolása jelenik meg.

44. A rádió reklám spot szövege a következő:

- „Biztos benne, hogy jól hasznosuló C-vitamint szed? Tudta, hogy még a hosszan tartó készítmények felszívódása is korlátokba ütközhet? A Novo C plus liposzómális C-vitamin új áttörést jelent. 4x magasabb C-vitamin szint emelkedést és könnyebb sejtekbe való bejutást biztosít. Hatása legalább 12 órán át tart, klinikailag igazoltan. Novo C plus. A leghatékonyabb felszívódásért! részletek a weboldalon www.novocplus.hu”

45. A Novonex VJ/91-2/2016. számon iktatott adatszolgáltatásának 2. melléklete, a VJ/91-126/2016. számon iktatott adatszolgáltatásának 2. melléklete és a VJ/91-171/2016. számon iktatott adatszolgáltatás tartalmazza a Novo C Plus termékkel kapcsolatban 2014. május 24. napjától használt reklámeszközöket, megjelenési jellemzőket és költséget. Ebből megállapítható, hogy a vizsgált időszakban a Novo C Plus teljes kereskedelmi kommunikációjával kapcsolatos költség összesen nettó [ÜZLETI TITOK] forint.

46. A Novonex előadta, hogy a Novo C Plus termékkel kapcsolatban 2014. május 24. napjától egységes reklámkampányt folytatott.⁴⁶ Az eljáró versenytanács rögzíti, hogy a Novonex többszöri kérés ellenére nem csatolta a 2016. november 1. napja és 2018. június 30. napja közötti időszakban használt kommunikációs anyagokat. Ezekkel kapcsolatban úgy nyilatkozott, hogy az adott időszakban hiányzó kommunikációs eszközök tartalma megegyezik az adott időszakra vonatkozó egyéb kommunikációs eszközök tartalmával⁴⁷.

47. A Novonex által a direkt hirdetésekért és a PR cikkekért fizetett összeg – mely ezáltal a lapkiadó jogsértésből származó bevétele – a következőképpen alakult:

Jogsértéssel érintett újság	Novonex által fizetett nettó összeg /lapkiadó bevétele (Ft)
Ringier	
Kiskegyed 23. évfolyam, 29. szám, 2014. július 15.	[ÜZLETI TITOK]
Kiskegyed 23. évfolyam, 38. szám, 2014. szeptember 16.	[ÜZLETI TITOK]
Kiskegyed 23. évfolyam, 42. szám, 2014. október 14.	[ÜZLETI TITOK]
Kiskegyed 23. évfolyam, 49. szám, 2014. december 2.	[ÜZLETI TITOK]
23. évfolyam, 50. szám, 2014. december 9.	[ÜZLETI TITOK]
Kiskegyed Fitt 2014. VII. évfolyam, 3. szám	[ÜZLETI TITOK]
Kiskegyed Fitt 2014. VII. évfolyam, 4. szám	[ÜZLETI TITOK]
Kiskegyed Konyhája XXII. évfolyam, 8. szám, 2014. augusztus	[ÜZLETI TITOK]
Kiskegyed Konyhája 2014. december 2015.	[ÜZLETI TITOK]

⁴⁶ VJ/91-178/2016. sz. irat

⁴⁷ VJ/91-178/2016. sz. irat

január szám	
Hölgyvilág 2014. 8. szám	[ÜZLETI TITOK]
Hölgyvilág 2014. 10. szám	[ÜZLETI TITOK]
<i>Összesen</i>	[ÜZLETI TITOK]
Blikk	
Blikk Nők XI. évfolyam, 30. szám 2015. július 22.	[ÜZLETI TITOK]
Blikk Egészség 2015. június 10. szám	[ÜZLETI TITOK]
<i>Összesen</i>	[ÜZLETI TITOK]
Daylight	
Páciens Magazin 2016. október	[ÜZLETI TITOK]
<i>Összesen</i>	[ÜZLETI TITOK]

V.

A vizsgált állításokkal és a szerkesztői tartalomnak álcázott reklámmal kapcsolatos bizonyítékok

V.1. Az egészségre vonatkozó állítások

48. Az Európai Bizottság által engedélyezett az 1924/2006/EK rendelet 13. cikk (3) bekezdésében meghatározott közösségi listán (a továbbiakban: közösségi lista) az alábbi, C-vitaminra engedélyezett állítások szerepelnek:⁴⁸

Összetevő	Engedélyezett állítás
C-vitamin	A C-vitamin hozzájárul az immunrendszer normál működéséhez intenzív testmozgás alatt vagy azt követően.
C-vitamin	A C-vitamin hozzájárul a normál kollagénképződéshez és ezen keresztül az erek normál állapotának, működésének fenntartásához.
C-vitamin	A C-vitamin hozzájárul a normál kollagénképződéshez és ezen keresztül a normál csontozat fenntartásához.
C-vitamin	A C-vitamin hozzájárul a normál kollagénképződéshez és ezen keresztül a porcok normál állapotának, működésének fenntartásához.
C-vitamin	A C-vitamin hozzájárul a normál kollagénképződéshez és ezen keresztül a fogíny normál állapotának fenntartásához.
C-vitamin	A C-vitamin hozzájárul a megfelelő kollagénképződéshez és ezen keresztül a bőr normál állapotának, működésének fenntartásához.
C-vitamin	A C-vitamin hozzájárul a megfelelő kollagénképződéshez és ezen keresztül a fogak

⁴⁸ VJ/91-113/2016. sz. irat

	normál állapotának fenntartásához.
C-vitamin	A C-vitamin hozzájárul a normál energiatermelő anyagcsere-folyamatokhoz.
C-vitamin	A C-vitamin hozzájárul az idegrendszer normál működéséhez.
C-vitamin	A C-vitamin hozzájárul a normál pszichológiai funkció fenntartásához.
C-vitamin	A C-vitamin hozzájárul az immunrendszer normál működéséhez.
C-vitamin	A C-vitamin hozzájárul a sejtek oxidatív stresszel szembeni védelméhez.
C-vitamin	A C-vitamin hozzájárul a fáradtság és a kifáradás csökkentéséhez.
C-vitamin	A C-vitamin hozzájárul az E-vitamin redukált formájának regenerálásához.
C-vitamin	A C-vitamin fokozza a vas felszívódását.

49. A Novonex az eljárás során az alábbi dokumentációt nyújtotta be az állítások igazolására vonatkozóan:

- „Nyílt randomizált összehasonlító vizsgálat a Novo C Plus C-vitamin tartalmú étrendkiegészítő készítmény biohasznosulásának megállapítására egészséges önkénteseken” klinikai tanulmány összefoglaló Dr. Takács István, MD, PhD, a Semmelweis Egyetem Általános Orvostudományi Kar, Klinikai Farmakológiai Részleg vezető (a továbbiakban: **Klinikai tanulmány**),⁴⁹
- „Nyílt randomizált összehasonlító vizsgálat a Novo C Plus C-vitamin tartalmú étrendkiegészítő készítmény biohasznosulásának megállapítására egészséges önkénteseken” klinikai tanulmányra adott OGYÉI szakvéleménnyel kapcsolatos álláspont (a továbbiakban: **Tanulmányra vonatkozó álláspont**),⁵⁰
- Dr. Tóth E. Béla MD, MSc, PhD, MBA, a Debreceni Egyetem, Gyógyszerésztudományi Kar Gyógyszerfelügyeleti és gyógyszergazdálkodási Tanszék Vezetője által készített kiegészítő szakértői jelentés (a továbbiakban: **Kiegészítő szakértői jelentés**),⁵¹
- MaxHealth Labs „Intracelluláris vitaminok és kiegészítők – Gyógyászati szintű biológiai hasznosíthatóság szabadalmaztatott liposzómális felszívódási technológián keresztül (a továbbiakban: **MaxHealthLabs anyag**),⁵²
- Dr. Tóth E. Béla MD, MSc, PhD, MBA, a Debreceni Egyetem Gyógyszerésztudományi Kar Gyógyszerfelügyeleti és gyógyszergazdálkodási Tanszék Vezetője által készített összefoglaló (a továbbiakban: **Összefoglaló jelentés**),⁵³

⁴⁹ VJ/91-2/2016. sz. irat 2. melléklete, VJ/91-54/2016. sz. irat 2. sz. melléklete

⁵⁰ VJ/91-6/2016. sz. irat

⁵¹ VJ/91-54/2016. sz. irat 1. sz. melléklete. A Novonex a VJ/91-73/2016. sz. adatszolgáltatásában akként nyilatkozott, hogy „**ÜZLETI TITOK**.” A Kiegészítő szakértői jelentés két állításra („*A liposzómális technológia az egyik legfejlettebb technológia – kiemelkedően magas felszívódást biztosít*” és „*liposzómás eljárás újdonságnak számít*”) vonatkozóan tartalmaz a liposzómális C-vitamin termékek felszívódása, biológiai tulajdonságai és lehetséges terápiás hasznosulása témakörében megállapításokat.

⁵² VJ/91-54/2016. sz. irat 3. sz. melléklete

⁵³ VJ/91-54/2016. sz. irat 4. sz. melléklete. A jelentés egy állításra („*Az 1000 mg hagyományos C-vitaminoknál a bevitt C-vitamin akár 80%-a kiürül anélkül, hogy hasznosulna*”) vonatkozóan tartalmaz a C-vitamin termékek felszívódása, biológiai tulajdonságai és lehetséges terápiás hasznosulása témakörben megállapításokat.

- Dr. Vecsernyés Miklós PhM, PhD, a Debreceni Egyetem Gyógyszerésztudományi Kar Gyógyszertechnológiai Tanszék vezetőjének a „Szakértői összefoglaló a liposzómális technológia alkalmazási lehetőséggel összehasonlítva hagyományos vagy pellet technológiával készült orális készítmények biohasznosulására” című összefoglalója (a továbbiakban: **Szakértői összefoglaló**).⁵⁴

50. A vizsgálat során a GVH a Novonex által használt állításokkal kapcsolatban eseti szakértőként rendelte ki az OGYÉI-t. Az OGYÉI az alábbi állítások tekintetében nyilatkozott:⁵⁵

- „A liposzómális technológia a ma ismert egyik legfejlettebb technológia a C-vitamin sejtekhez való célzott eljuttatásában.”
- „A liposzómális technológia kiemelkedően magas felszívódást tesz lehetővé a véráramba és a sejtekbe.”
- „A C-vitamin bevétel esetén nem a bevitt dózis mennyisége, hanem a felszívódás hatékonysága a jelentősebb szempont.”
- „A liposzómális technológia a felszívódás hatékonysága szempontjából újdonságnak számít-e az egyéb, hagyományos technológiával előállított C-vitamin készítményekhez képest.”
- „A klinikai tanulmány alapján igazolható-e a felszívódás hatékonyságára vonatkozó „Klinikailag igazolt felszívódási hatékonyság” állítás.”
- „A hagyományos technológiával készült C-vitaminok esetében az 1000 mg bevitt mennyiségnek akár a 80%-a is kiürülhet a szervezetből anélkül, hogy hasznosítani tudná.”
- „A csatolt szakmai anyagok és szakértői összefoglaló alapján igazolható-e, hogy a liposzómális technológia kiváló C-vitamin hasznosulást tesz lehetővé a szervezetben.”

51. A VJ/28/2016. számú utóvizsgálati eljárásban a Novonex által becsatolt Klinikai tanulmány⁵⁶ megegyezik a jelen eljárásban a VJ/91-2/2016. számon iktatott adatszolgáltatás 3. mellékletként becsatolt klinikai tanulmánnyal. VJ/28/2016. számú utóvizsgálati eljárásban is sor került szakértő kirendelésére,⁵⁷ amely szakvéleményben foglaltak a jelen eljárásban is felhasználásra kerülnek, „**Korábbi OGYÉI szakvélemény**”-ként hivatkozva.

V.2. A piacelsőségi állítások

V.2.1. „A leghatékonyabb felszívódásért”

A VJ/48-74/2014. számú határozat 126. pontjának megállapítása⁵⁸

52. „Az eljáró versenytanács nem értékelte az alábbi szlogenszerű állításokat, mivel a szövegkörnyezet alapján nem volt egyértelmű az, hogy kifejezetten az eljárás alá vont készítményére vonatkoznak, illetve, hogy a felszívódás magas mértékére utalnak:

⁵⁴ VJ/91-54/2016. sz. irat 5. sz. melléklete

⁵⁵ VJ/91-74/2016. sz. irat

⁵⁶ VJ/28-2/2016. sz. irat 3. melléklete

⁵⁷ VJ/28-19/2016. sz. irat; VJ/91-131/2016. sz. irat

⁵⁸ VJ/48-74/2014. sz. irat 126. pont; VJ/91-131/2016. sz. irat

- (...) „a leghatékonyabb felszívódásért” szlogen kapcsán az eljáró versenytanács nem tekintette egyértelműen kizárhatónak az eljárás alá vont azon magyarázatát, hogy a szlogen a célkitűzést fejezi ki, nem pedig piacelsőségi állítás.”

V.2.2. „A legnépszerűbb hosszan tartó hatású C-vitamin készítményhez képest”

Klinikai Tanulmány

53. „[ÜZLETI TITOK].”⁵⁹

Korábbi OGYÉI szakvélemény⁶⁰

54. A Korábbi OGYÉI szakvélemény esetében a GVH arra a kérdésre várt választ, hogy a Novo C Plus étrend-kiegészítővel elvégzett klinikai vizsgálat alkalmas-e annak igazolására, hogy a Novo C Plus étrend-kiegészítő a C-vitamin felszívódása és biohasznosulása tekintetében megelőzné a 98,6%-os biohasznosíthatóságú Cetebe 500 mg retard kemény kapszula gyógyszert.
55. A Korábbi OGYÉI szakvélemény határozottan foglal állást abban, hogy „a Novo C Plus étrend-kiegészítővel elvégzett klinikai vizsgálat nem alkalmas annak igazolására, hogy a Novo C Plus étrend-kiegészítő a C-vitamin felszívódása és biohasznosulása tekintetében megelőzi a 98,6%-os biohasznosíthatóságú Cetebe 500 mg retard kemény kapszula gyógyszert.”
56. Az OGYÉI megállapította, hogy a dokumentumok között nincs esetszámbebecslés, azaz hiányzik az arra vonatkozó számítás, hogy a két készítmény között elméletileg várható, csekély, mindössze legfeljebb 1,4%-os különbség kimutatásához milyen létszámú mintára van szükség. „Kellően nagyszámú önkéntes bevonásával még a két készítmény között várható csekély különbség is szignifikánssá tehető. Jelen esetben azonban túlságosan kicsi, 10, illetve 6 fős csoportokat hasonlítottak össze. (...) Elvégezve a becslést, azt feltételezve, hogy a Novo C Plus biztosan jobb lesz – hiszen a piacelsőségi állítást ez igazolná –, valamint figyelembe véve azt, hogy a maximális különbség 1,4% lehet, 200-nál is több egyén bevonására lenne szükség csoportonként.”
57. „További alapvető szakmai probléma, hogy amennyiben a klinikai superioritás kimutatása volt a célja a vizsgálatnak („A” készítmény jobb, mint „B” készítmény), akkor meg kellett volna adni előre, már a protokollban azt a legkisebb különbséget a két készítmény között a fő vizsgálati paraméterre, amit orvosilag/szakmailag releváns különbségnek tekint a mértékadó tudományos hazai/nemzetközi közösség (pl. szakirodalom alapján). Ez azonban hiányzik a benyújtott anyagokból.”
58. „A vizsgálat 4. táblázatában bemutatott, 500 mg-ra normalizált C_{max} értékeket megvizsgálva megállapítható, hogy a 95%-os konfidencia intervallumok átfedőek (...), a szórás értékei magasak (...). Mindez arra utal, hogy a minta (10-10 fő) valóban túlságosan alacsony volt, és ezért nem derül ki a vizsgálatból, hogy az adatok átfedése csak a véletlennek tulajdonítható, vagy valóban nincs szignifikáns különbség a két készítmény között.”

V.3. Szerkesztői tartalomnak álcázott reklám

⁵⁹ VJ/91-2/2016. sz. irat 2. melléklete, VJ/91-54/2016. sz. irat 2. sz. melléklete

⁶⁰ VJ/91-80/2016. sz. irat

V.3.1. Kiskegyed – 2014. 23. évfolyam, 29. szám

59. A Novonex VJ/91-2/2016. számon iktatott adatszolgáltatása 6.1. melléklete 36-37. oldala tartalmazza a PR cikk és a direkt hirdetés másolatát. A 6.1. melléklet 33-34. oldala tartalmazza a hirdetés megrendelésének visszaigazolását, illetve a számlát.
60. A PR cikk címe az oldal közepén, kiemeléssel látható: „C-vitamin-pótlás nyáron is”, alcíme: „Fókuszban a liposzómális C-vitamin”. Az alcím alatt a cikk összefoglalója olvasható, mely a következőképpen szól: „Egyre többet hallani manapság az ún. liposzómális technológiával előállított C-vitaminról. Vajon tényleg annyira hatásos? És mégis mi a különbség a hagyományos és a liposzómális C-vitamin között? Ennek jártunk utána.” A PR cikk egy oldal terjedelmű, a szöveges rész az oldal közepétől kezdődik. Az oldal felső részét hangsúlyosan egy kép teszi ki, amelyen egy mosolygó fiatal férfi és egy mosolygó fiatal nő látható egymáshoz közel hajolva két kisgyerekekkel. Az oldalon nem található „hirdetés” vagy egyéb felirat. A cikk teljes szövegét a határozat 1. számú melléklete tartalmazza.
61. A direkt hirdetésről megállapítható, hogy az egy egyoldalas hirdetés volt. Az oldal egyharmadánál a jobb felső oldalon a következő szlogen olvasható: „Szedje nyáron is!” Az oldal közepén hangsúlyosan a „leghatékonyabb felszívódásért!” mondat olvasható. Az oldal tetejénél nagy betűvel a Novo C plus ® Liposzómális C-vitamin Felnőtteknek és gyerekeknek felirat olvasható. Az oldal alsó felénél ajándék baseball sapkára hívják fel a figyelmet, közvetlenül alatta pedig a termékről látható egy kép. Az oldal közepén hangsúlyosan egy kép található, melyen egy mosolygó fiatal férfi és egy mosolygó fiatal nő egymáshoz közel hajolva látható két kisgyerekekkel. Az oldal alján kisebb betűtípussal a következők olvashatók: „Csipkebogyó kivonattal és bioflavonoidokkal; Természetes színezékekkel (likopin); Kizárólag génmódosítás-mentes összetevőkből. *Ajándék baseball sapka minden megvásárolt Novo C plus 60 db-os kiszerelés mellé június-augusztus hónapban. Az akcióban az ALMA-, Gyémánt-, Gyöngy-, Kulcs-, Vitalitásponat patikák, a Béres Egészségtár és a PharmaRoad Kft. együttműködő partner patikái vesznek részt. A független patikák listáját keresse weboldalunkon. www.novocplus.hu Kapható a patikákban és a dm drogériákban. Étrend-kiegészítő. Nem helyettesíti a vegyes étrendet és az egészséges életmódot. Forgalmazza: Novonex Pharma Kft.” Az oldal legalján az említett patikák és a Novonex logója látható.
62. A VJ/91-2/2016. számú irat 6.1. melléklet 34. oldalán található megrendelés visszaigazolásán [ÜZLETI TITOK].

V.3.2. Kiskegyed – 2014. 23. évfolyam, 38. szám

63. A Novonex VJ/91-2/2016. számon iktatott adatszolgáltatása 6.2. mellékletének 15-16. oldala tartalmazza a PR cikk és a direkt hirdetés másolatát. A 6.1. melléklet 34. oldala tartalmazza a hirdetés megrendelésének visszaigazolását, a 6.2. melléklet 13. oldala tartalmazza a számlát.
64. A PR cikk címe az oldal tetején kiemeléssel látható: „Hatásos C-vitamin-pótlás”. A cikk alcíme: „Fókuszban a liposzómális C-vitamin.” A cikk összefoglalójában a következő olvasható: „Egyre többet hallani manapság az ún. liposzómális technológiával előállított C-vitaminról. Vajon tényleg annyira hatásos? És mégis mi a különbség a hagyományos és a liposzómális C-vitamin között? Ennek jártunk utána.” A PR cikk egy oldalas terjedelmű. Az oldal alján hangsúlyosan egy kép látható, melyen egy mosolygó férfi és egy mosolygó fiatal nő látható egymáshoz közel hajolva két kisgyerekekkel. A főcím és a kép közrefogja az oldal közepén a szöveget. A PR cikk teljes szövegét a határozat 2. melléklete tartalmazza.

65. A direkt hirdetés egy egyoldalas hirdetés volt. Az oldal tetejénél nagy betűkkel a „Novo C plus ® Liposzómális C-vitamin Felnőtteknek és gyerekeknek” felirat olvasható. Az oldal közepén hangsúlyosan egy kép található, melyen egy mosolygó fiatal férfi és egy mosolygó fiatal nő egymáshoz közel hajolva látható két kisgyerekekkel. Az oldal közepén „a leghatékonyabb felszívódásért!” mondat olvasható. Jobb oldalt hangsúlyosan az „Új!” felirat olvasható. Az oldal alján kisebb betűmérettel a következők olvashatók: „Könnyen lenyelhető lágyzselatin kapszula; Természetes színezékekkel (likopinnal); Kizárólag génmódosítás-mentes összetevőkből; Tartósítószer mentes. Természetes Csipkebogyó kivonattal és Citrus Bioflavonoidokkal. www.novocplus.hu Kapható a patikákban és a dm drogériákban. Étrendkiegészítő. Nem helyettesíti a vegyes étrendet és az egészséges életmódot. Forgalmazza: Novonex Pharma Kft.”
66. A VJ/91-2/2016. számú irat 6.1. mellékletének 34. oldalán szereplő megrendelés visszaigazolásán elírás szerepel, melyet a Novonex az eljárás folyamán korrigált.⁶¹ A megrendelés [ÜZLETI TITOK].

V.3.3. Kiskegyed – 2014. 23. évfolyam, 42. szám

67. A Novonex VJ/91-2/2016. számon iktatott adatszolgáltatása 6.2. melléklet 30-31. oldala tartalmazza a PR cikk és a direkt hirdetés másolatát. A 6.1. melléklet 34. oldala tartalmazza a hirdetés megrendelésének visszaigazolását, a 6.2. melléklet 28. oldala tartalmazza a számlát.
68. A PR cikk címe az oldal közepén kiemeléssel látható: „Hatásos C-vitamin-pótlás”. A cikk alcíme: „Fókuszban a liposzómális C-vitamin”. A cikk összefoglalójában a következő olvasható: „Egyre többet hallani manapság az ún. liposzómális technológiával előállított C-vitaminról. Vajon tényleg annyira hatásos? És mégis mi a különbség a hagyományos és a liposzómális C-vitamin között? Ennek jártunk utána.” A PR cikk egy oldalas terjedelmű. Az oldal tetején hangsúlyosan egy kép látható, melyen egy mosolygó férfi és egy mosolygó fiatal nő látható két kisgyerekekkel. A szöveg az oldal alsó felén helyezkedik el. A PR cikk teljes szövegét a határozat 2. melléklete tartalmazza.
69. A direkt hirdetés egy egyoldalas hirdetés volt. Az oldal tetejénél nagy betűkkel a „Novo C plus ® Liposzómális C-vitamin Felnőtteknek és gyerekeknek” felirat olvasható. Az oldal közepén hangsúlyosan egy kép található, melyen egy mosolygó fiatal férfi és egy mosolygó fiatal nő egymáshoz közel hajolva látható két kisgyerekekkel. Az oldal közepén „a leghatékonyabb felszívódásért!” mondat olvasható. Jobb oldalt hangsúlyosan az „Új!” felirat olvasható. Az oldal alján kisebb betűmérettel a következők olvashatók: „Könnyen lenyelhető lágyzselatin kapszula; Természetes színezékekkel (likopinnal); Kizárólag génmódosítás-mentes összetevőkből; Tartósítószer mentes. Természetes Csipkebogyó kivonattal és Citrus Bioflavonoidokkal. www.novocplus.hu Kapható a patikákban és a dm drogériákban. Étrendkiegészítő. Nem helyettesíti a vegyes étrendet és az egészséges életmódot. Forgalmazza: Novonex Pharma Kft.”
70. A VJ/91-2/2016. számú irat 6.1. mellékletének 34. oldalán szereplő megrendelés visszaigazolásán elírás szerepel, de az adatszolgáltatásra felhívást követően a Novonex a VJ/91-20/2016. számú adatszolgáltatásban is ugyanezt a megrendelést visszaigazolást csatolta a hirdetésre vonatkozóan. A megrendelés [ÜZLETI TITOK].

⁶¹ A megrendelőn ugyanis a 37. szám került feltüntetésre, de a Novonex VJ/91-20/2016. számú adatszolgáltatása 3. mellékletében jelezte, hogy valójában a megrendelés a 38. számra vonatkozik.

V.3.4. Kiskegyed – 2014. 23. évfolyam, 49. szám

71. A Novonex VJ/91-2/2016. számon iktatott adatszolgáltatása 7. melléklet 26-27. oldala tartalmazza a PR cikk és a direkt hirdetés másolatát. A 6.1. melléklet 34. oldala tartalmazza a hirdetés megrendelésének visszaigazolását, a 7. melléklet 24. oldala tartalmazza a számlát.
72. A PR cikk címe az oldal tetején kiemeléssel látható: „Tudomány és természet találkozása”. A cikk alcíme: „Liposzómális C-vitamin”. A PR cikk egy oldalas terjedelmű. Az oldal alján hangsúlyosan egy kép látható, melyen egy mosolygó férfi és egy mosolygó fiatal nő látható két kisgyerekekkel. A szöveg az oldal középső részén helyezkedik el. A PR cikk teljes szövegét a határozat 3. melléklete tartalmazza.
73. A direkt hirdetés egy egyoldalú hirdetés volt. Az oldal tetejénél nagy betűvel a „Novo C plus ® Liposzómális C-vitamin Felnőtteknek és gyerekeknek” felirat olvasható. Az oldal közepén hangsúlyosan egy kép található, melyen egy mosolygó fiatal férfi és egy mosolygó fiatal nő egymáshoz közel hajolva látható két kisgyerekekkel. Az oldal közepén „a leghatékonyabb felszívódásért!” mondat olvasható. Jobb oldalt hangsúlyosan az „Új!” felirat olvasható. Az oldal alján kisebb betűmérettel a következők olvashatók: „Könnyen lenyelhető lágyzselatin kapszula; Természetes színezékkel (likopinnal); Kizárólag génmódosítás-mentes összetevőkből; Tartósítószer mentes. Természetes Csipkebogyó kivonattal és Citrus Bioflavonoidokkal. www.novocplus.hu Kapható a patikákban és a dm drogériákban. Étrend-kiegészítő. Nem helyettesíti a vegyes étrendet és az egészséges életmódot. Forgalmazza: Novonex Pharma Kft.”
74. A VJ/91-2/2016. számú irat 6.1. mellékletének 34. oldalán szereplő megrendelés visszaigazolásán elírás szerepel, de az adatszolgáltatásra felhívást követően a Novonex a VJ/91-20/2016. számú adatszolgáltatásban is ugyanezt a megrendelést visszaigazolást csatolta a hirdetésre vonatkozóan. A megrendelés [ÜZLETI TITOK].

V.3.5. Kiskegyed – 2014. 23. évfolyam, 50. szám

75. A Novonex VJ/91-2/2016. számon iktatott adatszolgáltatása 7. melléklet 17-18. oldala tartalmazza a PR cikk és a direkt hirdetés másolatát. A 6.1. melléklet 34. oldala tartalmazza a hirdetés megrendelésének visszaigazolását, a 7. melléklet 15. oldala tartalmazza a számlát.
76. A PR cikk címe az oldal közepén kiemeléssel látható: „Fókuszban a liposzómális C-vitamin”. A PR cikk egy oldalas terjedelmű. Az oldal tetején hangsúlyosan egy kép látható, melyen egy mosolygó férfi és egy mosolygó fiatal nő látható két kisgyerekekkel. A szöveg az oldal bal oldalán és az alsó részén helyezkedik el. A cikk teljes szövegét a határozat 3. számú melléklete tartalmazza.
77. A direkt hirdetés egy egyoldalú hirdetés volt. Az oldal tetejénél nagy betűvel a „Novo C plus ® Liposzómális C-vitamin Felnőtteknek és gyerekeknek” felirat olvasható. Az oldal közepén hangsúlyosan egy kép található, melyen egy mosolygó fiatal férfi és egy mosolygó fiatal nő egymáshoz közel hajolva látható két kisgyerekekkel. Az oldal közepén „a leghatékonyabb felszívódásért!” mondat olvasható. Jobb oldalt hangsúlyosan az „Új!” felirat olvasható. Az oldal alján kisebb betűmérettel a következők olvashatók: „Könnyen lenyelhető lágyzselatin kapszula; Természetes színezékkel (likopinnal); Kizárólag génmódosítás-mentes összetevőkből; Tartósítószer mentes. Természetes Csipkebogyó kivonattal és Citrus Bioflavonoidokkal. www.novocplus.hu Kapható a patikákban és a dm drogériákban. Étrend-kiegészítő. Nem helyettesíti a vegyes étrendet és az egészséges életmódot. Forgalmazza: Novonex Pharma Kft.”

78. A VJ/91-2/2016. számú irat 6.1. mellékletének 34. oldalán szereplő megrendelés visszaigazolásán elírás szerepel, de az adatszolgáltatásra felhívást követően a Novonex a VJ/91-20/2016. számú adatszolgáltatásban is ugyanezt a megrendelést visszaigazolást csatolta a hirdetésre vonatkozóan. A megrendelés [ÜZLETI TITOK].

V.3.6. Kiskegyed Fitt – 2014. VII. évfolyam, 3. szám

79. A Novonex VJ/91-2/2016. számon iktatott adatszolgáltatása 6.1. melléklet 19-20. oldala tartalmazza a PR cikk és a direkt hirdetés másolatát. A 6.1. melléklet 17. oldala tartalmazza a hirdetés megrendelésének visszaigazolását, a 6.1. melléklet 16. oldala tartalmazza a számlát.

80. A PR cikk címe az oldal közepén, kiemeléssel látható: „C-vitamin-pótlás nyáron is”, alcíme: „Fókuszban a liposzómális C-vitamin”. Az alcím alatt a cikk összefoglalója olvasható, mely a következőképpen szól: „Egyre többet hallani manapság az ún. liposzómális technológiával előállított C-vitaminról. Vajon tényleg annyira hatásos? És mégis mi a különbség a hagyományos és a liposzómális C-vitamin között? Ennek jártunk utána.” A PR cikk egy oldal terjedelmű, a szöveges rész az oldal közepétől kezdődik. Az oldal felső részét hangsúlyosan egy kép teszi ki, amelyen egy mosolygó fiatal férfi és egy mosolygó fiatal nő látható egymáshoz közel hajolva két kisgyerekekkel. A cikk teljes szövegét a határozat 1. számú melléklete tartalmazza.

81. A direkt hirdetésről megállapítható, hogy az egy egyoldalas hirdetés volt. Az oldal egyharmadánál a jobb felső oldalon a következő szlogen olvasható: „Szedje nyáron is!” Az oldal közepén hangsúlyosan a „leghatékonyabb felszívódásért!” mondat olvasható. Az oldal tetejénél nagy betűkkel a Novo C plus® Liposzómális C-vitamin Felnőtteknek és gyerekeknek felirat olvasható. Az oldal alsó felénél ajándék baseball sapkára hívják fel a figyelmet, közvetlenül alatta pedig a termékről látható egy kép. Az oldal közepén hangsúlyosan egy kép található, melyen egy mosolygó fiatal férfi és egy mosolygó fiatal nő egymáshoz közel hajolva látható két kisgyerekekkel. Az oldal alján kisebb betűtípussal a következők olvashatók: „Csipkebogyó kivonattal és bioflavonoidokkal; Természetes színezékekkel (likopinnal); Kizárólag génmódosítás-mentes összetevőkből. *Ajándék baseball sapka minden megvásárolt Novo C plus 60 db-os kiszerelés mellé június-augusztus hónapban. Az akcióban az ALMA-, Gyémánt-, Gyöngy-, Kulcs-, Vitalitásponit patikák, a Béres Egészségtár és a PharmaRoad Kft. együttműködő partner patikái vesznek részt. A független patikák listáját keresse weboldalunkon. www.novocplus.hu Kapható a patikákban és a dm drogériákban. Étrend-kiegészítő. Nem helyettesíti a vegyes étrendet és az egészséges életmódot. Forgalmazza: Novonex Pharma Kft.” Az oldal legalján az említett patikák és a Novonex logója látható.

82. A 6.1. melléklet 17. oldalán található megrendelés visszaigazolásának [ÜZLETI TITOK].

V.3.7. Kiskegyed Fitt – 2014. VII. évfolyam, 4. szám

83. A Novonex VJ/91-2/2016. számon iktatott adatszolgáltatása 6.1. melléklet 66-67. oldala tartalmazza a PR cikk és a direkt hirdetés másolatát. A 6.1. melléklet 44. oldala tartalmazza a hirdetés megrendelésének visszaigazolását, a 6.1. melléklet 64. oldala tartalmazza a számlát.

84. A PR cikk címe az oldal közepén látható: „Hatásos C-vitamin pótlás.” A cím alatt a cikk összefoglalója olvasható, mely a következőképpen szól: „Egyre többet hallani manapság az ún. liposzómális technológiával előállított C-vitaminról. Vajon tényleg annyira hatásos? És mégis mi a különbség a hagyományos és a liposzómális C-vitamin között? Ennek jártunk utána.” A PR cikk egy oldal terjedelmű, a szöveges rész az oldal közepétől kezdődik. Az

oldal felső részét hangsúlyosan egy kép teszi ki, amelyen egy mosolygó fiatal férfi és egy mosolygó fiatal nő látható egymáshoz közel hajolva két kisgyerekekkel. A cikk teljes szövegét a határozat 1. számú melléklete tartalmazza.

85. A direkt hirdetés egy egyoldalas hirdetés volt. Az oldal tetejénél nagy betűkkel a „Novo C plus ® Liposzómális C-vitamin Felnőtteknek és gyerekeknek” felirat olvasható. Az oldal közepén hangsúlyosan egy kép található, melyen egy mosolygó fiatal férfi és egy mosolygó fiatal nő egymáshoz közel hajolva látható két kisgyerekekkel. Az oldal közepén „a leghatékonyabb felszívódásért!” mondat olvasható. Jobb oldalt hangsúlyosan az „Új!” felirat olvasható. Az oldal alján kisebb betűmérettel a következők olvashatók: „Könnyen lenyelhető lágyzselatin kapszula; Természetes színezékekkel (likopinnal); Kizárólag génmódosítás-mentes összetevőkből; Tartósítószer mentes. Természetes Csipkebogyó kivonattal és Citrus Bioflavonoidokkal. www.novocplus.hu Kapható a patikákban és a dm drogériákban. Étrend-kiegészítő. Nem helyettesíti a vegyes étrendet és az egészséges életmódot. Forgalmazza: Novonex Pharma Kft.”

86. A megrendelés visszaigazolásának [ÜZLETI TITOK].

V.3.8. Kiskegyed Konyhája – 2014. XXII. évfolyam, 8. szám

87. A Novonex VJ/91-2/2016. számon iktatott adatszolgáltatása 6.1. melléklet 46-47. oldala tartalmazza a PR cikk és a direkt hirdetés másolatát. A 6.1. melléklet 44. oldala tartalmazza a hirdetés megrendelésének visszaigazolását, a 6.1. melléklet 43. oldala tartalmazza a számlát.

88. A PR cikk címe az oldal tetején látható: „C-vitamin-pótlás nyáron is”, alcíme: „Fókuszban a liposzómális C-vitamin”. Az alcím alatt a cikk összefoglalója olvasható, mely a következőképpen szól: „Egyre többet hallani manapság az ún. liposzómális technológiával előállított C-vitaminról. Vajon tényleg annyira hatásos? És mégis mi a különbség a hagyományos és a liposzómális C-vitamin között? Ennek jártunk utána.” A PR cikk egy oldal terjedelmű, a szöveges rész az oldal közepétől kezdődik. Az oldal felső részét hangsúlyosan egy kép teszi ki, amelyen egy mosolygó férfi és egy mosolygó nő látható két kisgyerekekkel. A cikk teljes szövegét a határozat 1. számú melléklete tartalmazza.

89. A direkt hirdetésről megállapítható, hogy az egy egyoldalas hirdetés volt. Az oldal egyharmadánál a jobb felső oldalon a következő szlogen olvasható: „Szedje nyáron is!” Az oldal közepén hangsúlyosan a „leghatékonyabb felszívódásért!” mondat olvasható. Az oldal tetejénél nagy betűkkel a Novo C plus ® Liposzómális C-vitamin Felnőtteknek és gyerekeknek felirat olvasható. Az oldal alsó felénél ajándék baseball sapkára hívják fel a figyelmet, közvetlenül alatta pedig a termékről látható egy kép. Az oldal közepén hangsúlyosan egy kép található, melyen egy mosolygó fiatal férfi és egy mosolygó fiatal nő egymáshoz közel hajolva látható két kisgyerekekkel. Az oldal alján kisebb betűtípussal a következők olvashatók: „Csipkebogyó kivonattal és bioflavonoidokkal; Természetes színezékekkel (likopinnal); Kizárólag génmódosítás-mentes összetevőkből. *Ajándék baseball sapka minden megvásárolt Novo C plus 60 db-os kiszerelés mellé június-augusztus hónapban. Az akcióban az ALMA-, Gyémánt-, Gyöngy-, Kulcs-, Vitalitásponit patikák, a Béres Egészségtár és a PharmaRoad Kft. együttműködő partner patikái vesznek részt. A független patikák listáját keresse weboldalunkon. www.novocplus.hu Kapható a patikákban és a dm drogériákban. Étrend-kiegészítő. Nem helyettesíti a vegyes étrendet és az egészséges életmódot. Forgalmazza: Novonex Pharma Kft.” Az oldal legalján az említett patikák és a Novonex logója látható.

90. A megrendelés visszaigazolásának [ÜZLETI TITOK].

V.3.9. Kiskegyed Konyhája – 2014. 12. szám

91. A Novonex VJ/91-2/2016. számon iktatott adatszolgáltatása 7. melléklet 30-31. oldala tartalmazza a PR cikk és a direkt hirdetés másolatát. A 6.1. melléklet 44. oldala tartalmazza a hirdetés megrendelésének visszaigazolását, a 7. melléklet 28. oldala tartalmazza a számlát.

92. A PR cikk címe az oldal közepén kiemeléssel látható: „Liposzómális C-vitamin: Tudomány és természet találkozása”. A PR cikk egy oldalas terjedelmű. Az oldal tetején hangsúlyosan egy kép látható, melyen egy mosolygó férfi és egy mosolygó fiatal nő látható két kisgyerekekkel. A szöveg az oldal középső részén kezdődik és az oldal aljáig tart. A cikk teljes szövegét a határozat 3. számú melléklete tartalmazza.

93. A direkt hirdetés egy egyoldalú hirdetés volt. Az oldal tetejénél nagy betűvel a „Novo C plus ® Liposzómális C-vitamin Felnőtteknek és gyerekeknek” felirat olvasható. Az oldal közepén hangsúlyosan egy kép található, melyen egy mosolygó fiatal férfi és egy mosolygó fiatal nő egymáshoz közel hajolva látható két kisgyerekekkel. Az oldal közepén „a leghatékonyabb felszívódásért!” mondat olvasható. Jobb oldalt hangsúlyosan az „Új!” felirat olvasható. Az oldal alján kisebb betűmérettel a következők olvashatók: „Könnyen lenyelhető lágyzselatin kapszula; Természetes színezékekkel (likopinnal); Kizárólag génmódosítás-mentes összetevőkből; Tartósítószer mentes. Természetes Csipkebogyó kivonattal és Citrus Bioflavonoidokkal. www.novocplus.hu Kapható a patikákban és a dm drogériákban. Étrendkiegészítő. Nem helyettesíti a vegyes étrendet és az egészséges életmódot. Forgalmazza: Novonex Pharma Kft.”

94. A megrendelés visszaigazolásának [ÜZLETI TITOK].

V.3.10. Hölgyvilág – 2014. 8. szám

95. A Novonex VJ/91-2/2016. számon iktatott adatszolgáltatása 6.1. melléklet 53-54. oldala tartalmazza a PR cikk és a direkt hirdetés másolatát. A 6.1. melléklet 44. oldala tartalmazza a hirdetés megrendelésének visszaigazolását, a 6.1. melléklet 52. oldala tartalmazza a számlát.

96. A PR cikk címe az oldal tetején látható: „Fókuszban a liposzómális C-vitamin”. A cím mellett jobb oldalon a cikk összefoglalója olvasható, mely a következőképpen szól: „Egyre többet hallani manapság az ún. liposzómális technológiával előállított C-vitaminról. Vajon tényleg annyira hatásos? És mégis mi a különbség a hagyományos és a liposzómális C-vitamin között? Ennek jártunk utána.” A PR cikk egy oldal terjedelmű, a szöveges rész az oldal közepén helyezkedik el. Az oldal alsó részét hangsúlyosan egy kép teszi ki, amelyen egy mosolygó férfi és egy mosolygó nő látható két kisgyerekekkel. A cikk teljes szövegét a határozat 1. számú melléklete tartalmazza.

97. A direkt hirdetésről megállapítható, hogy az egy egyoldalú hirdetés volt. Az oldal egyharmadánál a jobb felső oldalon a következő szlogen olvasható: „Szedje nyáron is!” Az oldal közepén hangsúlyosan a „leghatékonyabb felszívódásért!” mondat olvasható. Az oldal tetejénél nagy betűvel a Novo C plus ® Liposzómális C-vitamin Felnőtteknek és gyerekeknek felirat olvasható. Az oldal alsó felénél ajándék baseball sapkára hívják fel a figyelmet, közvetlenül alatta pedig a termékről látható egy kép. Az oldal közepén hangsúlyosan egy kép található, melyen egy mosolygó fiatal férfi és egy mosolygó fiatal nő egymáshoz közel hajolva látható két kisgyerekekkel. Az oldal alján kisebb betűtípussal a következők olvashatók: „Csipkebogyó kivonattal és bioflavonoidokkal; Természetes

színezékekkel (likopinnal); Kizárólag génmódosítás-mentes összetevőkből. *Ajándék baseball sapka minden megvásárolt Novo C plus 60 db-os kiszerelem mellé június-augusztus hónapban. Az akcióban az ALMA-, Gyémánt-, Gyöngy-, Kulcs-, Vitalitásponthoz patikák, a Béres Egészségtár és a PharmaRoad Kft. együttműködő partner patikái vesznek részt. A független patikák listáját keresse weboldalunkon. www.novocplus.hu Kapható a patikákban és a dm drogériákban. Étrend-kiegészítő. Nem helyettesíti a vegyes étrendet és az egészséges életmódot. Forgalmazza: Novonex Pharma Kft.” Az oldal legalján az említett patikák és a Novonex logója látható.

98. A megrendelés visszaigazolásának [ÜZLETI TITOK].

V.3.11. Hölgyvilág – 2014. 10. szám

99. A Novonex VJ/91-2/2016. számon iktatott adatszolgáltatása 6.2. melléklet 59-60. oldala tartalmazza a PR cikk és a direkt hirdetés másolatát. A 6.1. melléklet 44. oldala tartalmazza a hirdetés megrendelésének visszaigazolását, a 6.2. melléklet 57. oldala tartalmazza a számlát.

100. A PR cikk címe az oldal tetején látható: „Fókuszban a liposzómális C-vitamin”. A cím mellett jobb oldalon a cikk összefoglalója olvasható, mely a következőképpen szól: „Egyre többet hallani manapság az ún. liposzómális technológiával előállított C-vitaminról. Vajon tényleg annyira hatásos? És mégis mi a különbség a hagyományos és a liposzómális C-vitamin között? Ennek jártunk utána.” A PR cikk egy oldal terjedelmű, a szöveges rész az oldal közepén helyezkedik el. Az oldal alsó részét hangsúlyosan egy kép teszi ki, amelyen egy mosolygó férfi és egy mosolygó nő látható két kisgyerekekkel. A cikk teljes szövegét a határozat 2. számú melléklete tartalmazza.

101. A direkt hirdetés egy egyoldalas hirdetés volt. Az oldal tetejénél nagy betűvel a „Novo C plus ® Liposzómális C-vitamin Felnőtteknek és gyerekeknek” felirat olvasható. Az oldal közepén hangsúlyosan egy kép található, melyen egy mosolygó fiatal férfi és egy mosolygó fiatal nő egymáshoz közel hajolva látható két kisgyerekekkel. Az oldal közepén „a leghatékonyabb felszívódásért!” mondat olvasható. Jobb oldalt hangsúlyosan az „Új!” felirat olvasható. Az oldal alján kisebb betűmérettel a következők olvashatók: „Könnyen lenyelhető lágyzselatin kapszula; Természetes színezékekkel (likopinnal); Kizárólag génmódosítás-mentes összetevőkből; Tartósítószer mentes. Természetes Csipkebogyó kivonattal és Citrus Bioflavonoidokkal. www.novocplus.hu Kapható a patikákban és a dm drogériákban. Étrend-kiegészítő. Nem helyettesíti a vegyes étrendet és az egészséges életmódot. Forgalmazza: Novonex Pharma Kft.”

102. A megrendelés visszaigazolásának [ÜZLETI TITOK].

V.3.12. Blikk Nők 2015. XI. évfolyam, 30. szám

103. A Novonex VJ/91-2/2016. számon iktatott adatszolgáltatása 10. melléklet 15-16. oldala tartalmazza a PR cikk és a direkt hirdetés másolatát. A VJ/91-20/2016. számú irat 1. melléklete tartalmazza a hirdetés megrendelésének visszaigazolását, a VJ/91-2/2016. számú irat 10. melléklet 13. oldala tartalmazza a számlát.

104. A PR cikk címe az oldal tetején kiemeléssel látható: „C-vitamin nyáron is? Igen! De melyiket szedjem?” A PR cikk egy oldal terjedelmű, jobb oldalt közepén egy mosolygó fiatal nő látható egy képen. A cikk összefoglalója baloldalt a képpel azonos magasságban olvasható. A PR cikk teljes szövegét a határozat 5. melléklete tartalmazza. A VJ/91-15/2016. számú iratból egyértelműen megállapítható, hogy a PR cikk az újság 31. oldalán található.

105. A direkt hirdetés egy egyoldalas hirdetés volt. Az oldal tetejénél nagy betűkkel a „Novo C plus ® Liposzómális C-vitamin Felnőtteknek és gyerekeknek” felirat olvasható. Az oldal közepén hangsúlyosan egy kép található, melyen egy mosolygó fiatal férfi és egy mosolygó fiatal nő egymáshoz közel hajolva látható két kisgyerekekkel. Az oldal közepén „a leghatékonyabb felszívódásért!” mondat olvasható. Jobb oldalt hangsúlyosan a „Szedje nyáron is!” felirat olvasható. Jobb oldalt a kép alatt pecsétyszerűen a következő olvasható: „Ajándék UV-mérő karpánttal!*” és egy karpánt képe látható. Az oldal alján kisebb betűmérettel a következők olvashatók: „Könnyen lenyelhető lágyzselatin kapszula; Természetes színezékekkel (likopinnal); Kizárólag génmódosítás-mentes összetevőkből; Tartósítószer mentes. Természetes Csipkebogyó kivonattal és Citrus Bioflavonoidokkal. www.novocplus.hu Kapható a patikákban és a dm drogériákban. Étrend-kiegészítő. Nem helyettesíti a vegyes étrendet és az egészséges életmódot. Forgalmazza: Novonex Pharma Kft. *Ajándék UV-mérő karpánt és UV védelemről szóló tájékoztató minden megvásárolt Novo C plus 60 db-os kiszerelés mellé 2015. jún. 1-től júl. 31-ig. Akciónkat keresse az ALMA-, Gyémánt-, Kulcs-, Vitalitásponthoz patikákban, a Béres Egészségtár, Pharmaroad Kft. és MatriPharma Kft. együttműködő partner patikáiban, valamint a PaleoCentrumban. A független patikák listáját weboldalunkon találja. Az akció a készlet erejéig érvényes.” A szöveg alatt a patikák logói láthatók egymás mellett. A VJ/91-15/2016. számú iratból egyértelműen megállapítható, hogy a direkt hirdetés az újság 33. oldalán található.

106. A VJ/91-20/2016. számú irat 1. melléklete tartalmazza a megrendelés visszaigazolását. A megrendelés [ÜZLETI TITOK].

107. A VJ/91-20/2016. számú irat 10. melléklete tartalmazza a Hirdetési Print megrendelőt, mely a Novonex nyilatkozata alapján [ÜZLETI TITOK].⁶² [ÜZLETI TITOK].

V.3.13. Blikk Egészség 2015. 5. szám (2015. június 10.)

108. A Novonex VJ/91-2/2016. számon iktatott adatszolgáltatása 10. melléklet 61-62. oldala tartalmazza a PR cikk és a direkt hirdetés másolatát. A VJ/91-20/2016. számú irat 2. melléklete tartalmazza a hirdetés megrendelésének visszaigazolását, a VJ/91-2/2016. számú irat 10. melléklet 59. oldala tartalmazza a számlát.

109. A PR cikk címe az oldal tetején kiemeléssel látható: „C-vitamin nyáron is? Igen! De melyiket szedjem?” A PR cikk egy oldal terjedelmű, jobb oldalt közepén egy mosolygó fiatal nő látható egy képen. A cikk összefoglalója baloldalt a képpel azonos magasságban olvasható. A PR cikk teljes szövegét a határozat 5. melléklete tartalmazza. A VJ/91-15/2016. számú iratból egyértelműen megállapítható, hogy a PR cikk az újság 7. oldalán található.

110. A direkt hirdetés egy egyoldalas hirdetés volt. Az oldal tetejénél nagy betűkkel a „Novo C plus ® Liposzómális C-vitamin Felnőtteknek és gyerekeknek” felirat olvasható. Az oldal közepén hangsúlyosan egy kép található, melyen egy mosolygó fiatal férfi és egy mosolygó fiatal nő egymáshoz közel hajolva látható két kisgyerekekkel. Az oldal közepén „a leghatékonyabb felszívódásért!” mondat olvasható. Jobb oldalt hangsúlyosan a „Szedje nyáron is!” felirat olvasható. Jobb oldalt a kép alatt pecsétyszerűen a következő olvasható: „Ajándék UV-mérő karpánttal!*” és egy karpánt képe látható. Az oldal alján kisebb betűmérettel a következők olvashatók: „Könnyen lenyelhető lágyzselatin kapszula; Természetes színezékekkel (likopinnal); Kizárólag génmódosítás-mentes összetevőkből;

⁶² VJ/91-22/2016. sz. irat

Tartósítószer mentes. Természetes Csipkebogyó kivonattal és Citrus Bioflavonoidokkal. www.novocplus.hu Kapható a patikákban és a dm drogériákban. Étrend-kiegészítő. Nem helyettesíti a vegyes étrendet és az egészséges életmódot. Forgalmazza: Novonex Pharma Kft. *Ajándék UV-mérő karpánt és UV védelemről szóló tájékoztató minden megvásárolt Novo C plus 60 db-os kiszerelés mellé 2015. jún. 1-től júl. 31-ig. Akciónkat keresse az ALMA-, Gyémánt-, Kulcs-, Vitalitásponthoz patikákban, a Béres Egészségtár, Pharmaroad Kft. és MatriPharma Kft. együttműködő partner patikáiban, valamint a PaleoCentrumban. A független patikák listáját weboldalunkon találja. Az akció a készlet erejéig érvényes.” A szöveg alatt a patikák logói láthatók egymás mellett. A VJ/91-15/2016. számú iratból egyértelműen megállapítható, hogy a direkt hirdetés az újság 9. oldalán található.

111. A VJ/91-20/2016. számú irat 2. melléklete tartalmazza a megrendelés visszaigazolását. A megrendelésen [ÜZLETI TITOK].

V.3.14. Páciens Magazin – 2016. II. évfolyam 7. szám

112. A Páciens Magazint a Daylight a VJ/91-16/2016. számú adatszolgáltatásában csatolta. A VJ/91-16/2016. számú irat 43-44. oldala tartalmazza a direkt hirdetést és a PR cikket. A Páciens Magazinban a PR cikk két oldalt foglal el, melyek egymás mellett, lapozás nélkül láthatók. A PR cikk második oldalán a cikk csak az oldal bal oldalát foglalja el. Az oldal jobb oldalán – közvetlenül a cikk mellett – található a Novonex direkt hirdetése. A Daylight a VJ/91-16/2016. számú adatszolgáltatásában számlát nem csatolt. Úgy nyilatkozott, hogy [ÜZLETI TITOK].⁶³ A Novonex a VJ/91-2/2016. számú adatszolgáltatásában szintén nem csatolt számlát a Páciens Magazin 2016. októberi számára vonatkozólag.

113. A PR cikk címe: „Az immunrendszer támogatása liposzómális C-vitaminnal”. A cikk összefoglalója a következőképpen szól: „Az őszi-téli hónapokban különösen fontos immunrendszerünk megfelelő támogatása. Ehhez elengedhetetlen a C-vitamin. De vajon mindegyik C-vitamin készítmény hatékonyan szívódik fel? A liposzómális C-vitamin új fejezetet nyit a kérdésben.” A PR cikk szövegezésében nem azonos a többi PR cikkel, de tartalmilag hasonlóságokat mutat a Novonex fent ismertetett PR cikkeivel. A cikk teljes szövege a határozat 4. mellékletében olvasható. A direkt hirdetés tetején a következő olvasható: „Novo C plus Liposzómális C-vitamin a leghatékonyabb felszívódásért!” Alatta a termékről látható egy kép, továbbá egy fiatal nő és egy kislány képe, mellette „felnőtteknek és gyermekeknek” felirat olvasható. A képek alatt a következő szöveg olvasható kisebb betűkkel: „természetes csipkebogyó kivonattal és citrus bioflavonoidokkal; hosszantartó hatással; könnyen lenyelhető lágykapszula; természetes színezékekkel. A szöveg alatt pecsétszerű logóval ellátva a következő olvasható: „klinikailag igazolt felszívódási hatékonyság”. A hirdetés jobb oldalán egy újabb kép látható a termékről, mellette és alatta a következő felirattal: „Extra dozis 1000 mg liposzómális C-vitamin adagonként; folyadék forma; szójamentes; Megérkezett a liquid változat!”. A hirdetés legalján a legkisebb betűmérettel a következő olvasható: „*A legnépszerűbb hosszan tartó hatású C-vitamin készítményhez képest, a bevitt C-vitamin tartalomra és az alapszintre normalizált átlagos vérszint emelkedés vizsgálata alapján. A Novo C plus 4x-es C-vitaminszint emelkedést mutatott 1h-12h időtartam alatt, nyújtott hatással. Ez azt jelenti, hogy adott időben a szervezet számára a vérben nagyobb felhasználható C-vitamin mennyiség áll rendelkezésre, így jobban igazodik a szervezet megnövekedett igényeihez. A Novo C plus és Novo C

⁶³ VJ/91-39/2016. sz. irat

immun étrend-kiegészítők. Nem helyettesítik a vegyes étrendet és az egészséges életmódot. Forgalmazza: Novonex Pharma Kft.” Az oldal alján jobb oldalt a Novonex logója látható.

VI.

Az eljárás alá vontak álláspontja

VI.1. Novonex nyilatkozatai az egészségre vonatkozó állítások vonatkozásában

114. A Novonex álláspontja szerint [ÜZLETI TITOK].⁶⁴
115. A Novonex álláspontja szerint a termék marketingkampánya által megcélzott fogyasztói réteg az egészségtudatos vásárló, aki a terméket egészségmegőrző és nem egészségjavító céllal használja, így nem a betegségénél fogva kiszolgáltatottabb és így könnyebben megtéveszthető fogyasztói réteg alapulvételével kell a termékkel kapcsolatos állításokat elbírálni.⁶⁵
116. A Novonex a korábban a VJ/48/2014. valamint a VJ/28/2016. számon folyt eljárásban tett nyilatkozatait változatlanul fenntartja és kérte azok figyelembevételét a jelen eljárás során.⁶⁶
117. A Novonex szerint⁶⁷ az állítások *„nem tartoznak az élelmiszerekkel kapcsolatos, tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó állításokról szóló 1924/2006/EK számú Európai Parlament és a Tanács Rendelete (...), illetve a Bizottság 432/2012/EU Rendelete, a nem a betegségek kockázatának csökkentését, illetve a gyermekek fejlődését és egészségét érintő, élelmiszerekkel kapcsolatos, egészségre vonatkozó, engedélyezett állítások jegyzékének megállapításáról (...) hatálya alá, tekintettel arra, hogy az állítások nem a Novo C Plus liposzómális C-vitamin étrend kiegészítő (...) összetevőinek - jelen esetben a C-vitamin, mint hatóanyag - egészségre gyakorolt hatására vonatkoztak, hanem a liposzómális kapszulázási technológia, mint beviteli eljárás felszívódással kapcsolatos eredményeire.”* A Novonex hozzátette, hogy *„a Versenytanácsnak az elmúlt években hozott döntéseit megvizsgálva megállapíthatjuk, hogy egy esetben sem került sor jogszabálysértés megállapításra olyan esetben, amikor az élelmiszerek beviteli technológiájára vonatkozó állításokat használtak az eljárás alá vont társaságok, hanem csupán olyan esetekben, amikor az élelmiszerek egyes összetevőinek, vagy hatóanyagainak az egészségre gyakorolt hatásáról olyan állításokat kommunikáltak a fogyasztók felé, amelyek nem szerepeltek a 432/2012/EU Rendelet mellékletében. Az előző pontban megjelölt gyakorlatot, támasztja alá az a tény, hogy az OGYÉI részére bejelentett étrend-kiegészítő termékek listáját megvizsgálva azt tapasztalhatjuk, hogy harminckilenc (39) különböző társaság (bejelentő) összesen ötszázhárom (503) terméke vonatkozásában használ a felszívódásra vonatkozó kommunikációs állításokat, azonban a t. Versenyhivatal döntéseit megvizsgálva azt figyelhetjük meg, hogy még soha, egy társaság egy terméke esetében sem született olyan döntés, amely a beviteli módszerből fakadó felszívódás miatt állapított volna meg jogsértő magatartást”.*

⁶⁴ VJ/91-8/2016. számú irat

⁶⁵ VJ/91-2/2016. számú irat

⁶⁶ VJ/91-2/2016. számú irat

⁶⁷ VJ/91-151/2016. számú irat

118. Az előzetes álláspontra tett észrevételeiben⁶⁸ és a tárgyaláson a Novonex a korábbi beadványaiban kifejtetteket fenntartotta, illetve ezen felül előadta, hogy jelenleg jelentős számú étrend-kiegészítő gyártó és forgalmazó kommunikál felszívódással kapcsolatos állítást, tehát a piaci szereplők jogszabályértelmezése és alkalmazása megegyezik a Novonex-ével. Az a tény, hogy egy jellemző piaci gyakorlatot kizárólag a Novonex vonatkozásában állapítanak meg jogsértő magatartásként, álláspontja szerint kimeríti a törvény előtti egyenlőség, a megkülönböztetés, és az egyenlő bánásmód alapelvek megsértését. Kifejezetten kérte továbbá, hogy az eljáró versenytanács a határozatában fejtse ki, hogy miért esnek a kifogásolt állítások az 1924/2006/EK Rendelet hatálya alá. Előadta, hogy a termékről adott tájékoztatás megfelelt a valóságnak, nem volt megtévesztő a benyújtott szakvélemények és az OGYÉI véleménye szerint sem, szándékuk az innováció hangsúlyozása volt.

VI.1.1. „A liposzómális technológia lehetővé teszi a C-vitamin kiváló hasznosulását a szervezetben.”

119. A Novonex álláspontja szerint a Klinikai tanulmány és az egyéb szakirodalom is alátámasztja, hogy a liposzómális technológia a hagyományos technológiánál kedvezőbb alternatív felszívódási lehetőségeket biztosít. A termék felszívódásának közel 100%-os hatékonysága nem tekinthető olyan megtévesztő állításnak, amely miatt a fenti állítás a fogyasztókat olyan ügyleti döntés meghozatalára készítené, amelyet egyébként nem hozott volna meg.⁶⁹ Álláspontja szerint a Szakértői összefoglaló igazolja, hogy a liposzómális technológia által biztosított felszívódásnak köszönhetően a C-vitamin hasznosulása kiváló, a hagyományos készítmények hasznosulásának akár a kétszeresét is elérheti.⁷⁰

VI.1.2. „A liposzómális technológia a ma ismert egyik legfejlettebb technológia a C-vitamin sejtekhez való célzott eljuttatásában. A tudomány és a természet ötvözésével kiemelkedően magas felszívódást tesz lehetővé a véráramba és a sejtekbe.”

120. A Novonex álláspontja szerint az általa becsatolt bizonyítékok által alátámasztottan a liposzómális technológia a hagyományos technológiánál kedvezőbb alternatív felszívódási lehetőségeket biztosít. A termék közel 100%-os hatékonysága nem minősíthető olyan megtévesztő állításnak, amely miatt – figyelemmel az Fttv. 6. §-ban foglaltakra – a fogyasztókat olyan ügyleti döntés meghozatalára készítené, amelyet egyébként nem hozott volna meg.⁷¹

VI.1.3. „Klinikailag igazolt felszívódási hatékonyság”

121. Álláspontja szerint a Klinikai tanulmányból és a MaxHealthLabs anyagból megállapítható, hogy a Novo C Plus C-vitamin étrend-kiegészítő termék nyújtott hatású, tehát nem egyszeri nagy mennyiséget juttat a vérbe valamint a szervekbe, hanem folyamatos ellátottságot biztosít azoknak. Álláspontja szerint „a MaxHealthLabs által elvégzett klinikai vizsgálat célja a C-vitamin vérben mért szintjének összehasonlítása 3 órán keresztül, a tablettá és a liposzómális technológia vizsgálatával. A vizsgálat eredményeként

⁶⁸ VJ/91-193/2016.

⁶⁹ VJ/91-2/2016. sz. irat

⁷⁰ VJ/91-54/2016. sz. irat

⁷¹ VJ/91-2/2016. sz. irat

egyértelműen megállapították, hogy a liposzómális technológiával sokkal hatékonyabb a felszívódás, és magasabb C-vitamin szint érhető el a hagyományos, tablettá formához képest.”⁷²

VI.1.4. „1000 mg hagyományos C-vitaminnál akár a C-vitamin 80%-a kiürül anélkül, hogy a szervezet hasznosítani tudná”

122. A Novonex álláspontja szerint az összefoglaló jelentés alátámasztja a Novonex azon állítását, mely szerint „1000 mg hagyományos C-vitaminnál akár a C-vitamin 80%-a kiürül anélkül, hogy a szervezet hasznosítani tudná”.⁷³

VI.1.5. „forradalmi áttörés a C-vitamin felszívódásában”

123. A Novonex előadta, hogy a liposzómális technológia az orvostudomány friss felfedezése, és Magyarországon a Novonex által forgalmazott Novo C Plus az első ilyen technológiával készült termék. Álláspontja szerint ezt igazolja az is, hogy a termék versenytársait más technológiát alkalmazva állítják elő, így azok a felhasználás során a liposzómális technológiától eltérő módon hasznosulnak a szervezetben.

124. A Novonex hangsúlyozta továbbá, hogy a VJ/48-74/2014. számú határozatban⁷⁴ a Versenytanács a fenti kijelentéssel kapcsolatban nem állapított meg jogsértést.⁷⁵ Hivatkozott e körben a határozat azon megállapítására, mely szerint az eljáró versenytanács nem értékelte a szlogenszerű kijelentést, mert a szöveggörnyezet alapján nem volt egyértelmű az, hogy kifejezetten a Novo C Plus készítményre vonatkozik.⁷⁶

VI.1.6. „Nem nagy dózisokat kell szedni, hanem olyan készítményt, melynek a C-vitamin tartalma valóban hatékonyan képes felszívódni a szervezetbe. A liposzómális technológiával előállított C-vitamin ebből a szempontból újdonságnak számít.”

125. A Novonex szerint a Klinikai tanulmány alapján megállapítható, hogy a Novo C Plus C-vitamin étrend kiegészítő termék nyújtott hatású, tehát nem egyszeri nagy mennyiséget juttat a véráramba valamint a szervekbe, hanem folyamatos ellátottságot biztosít azoknak.⁷⁷

VI.2. A piacelsőségi állítások

VI.2.1. „a leghatékonyabb felszívódásért”

126. A Novonex hangsúlyozta, hogy az állítást a Versenytanács a VJ/48/2014. számú versenyfelügyeleti eljárás során már megvizsgálta, és az állítással kapcsolatban nem állapított meg jogsértést. A VJ/48-74/2014. sz. határozat az alábbi állítást tartalmazza ezzel kapcsolatban: „a leghatékonyabb felszívódásért szlogen kapcsán az eljáró versenytanács nem tekintette egyértelműen kizárhatónak az eljárás alá vont azon magyarázatát, hogy a szlogen a célkitűzést fejezi ki, nem pedig piacelsőségi állítás.”⁷⁸

⁷² VJ/91-54/2016. sz. irat

⁷³ VJ/91-54/2016. sz. irat

⁷⁴ VJ/48-71/2014. számú a határozat nem betekinthető változata, VJ/48-74/2014. számú a határozat nyilvános változata

⁷⁵ VJ/91-2/2016. sz. irat

⁷⁶ VJ/91-41/2016. sz. irat; VJ/48-74/2014. sz. irat 126. pont; VJ/91-131/2016. sz. irat

⁷⁷ VJ/91-2/2016. sz. irat

⁷⁸ VJ/48-74/2014. sz. határozat 126. pont

127. Az – ért rag, mint célhatározó nyelvtanilag is igazolja a fogyasztó felé kommunikált azon állítást, hogy a liposzómális technológia alkalmazásával a leghatékonyabb felszívódás, mint cél fogalmazódott meg a Novonex-ben. A fenti kijelentés így nem tartalmaz olyan állítást és nem is értelmezhető akként, hogy „a Novo C Plus a leghatékonyabban felszívódó C-vitamin a piacon”, mivel a tényleges állítás az, hogy „a Novo C Plus a liposzómális technológia útján igyekszik a lehető leghatékonyabb felszívódást biztosítani”.⁷⁹

VI.2.2. „a legnépszerűbb hosszán tartó hatású C-vitamin készítményhez képest”

128. A Novonex előadta, hogy a fenti mondatrész a kontextusából kiragadásra került. „[A] nyelvtani értelmezés alapján sem a teljes állítás, sem pedig a szövegkörnyezetből kiragadott rész nem tartalmaz piacelsőségi állítást, ugyanis egy másik, konkurens terméket jelöl meg, mint legnépszerűbb terméket, és ennek a terméknek a C-vitamin emelkedéséhez viszonyítva határozza meg a saját C-vitamin emelkedését.” Álláspontja szerint az állítással a Novonex „azt kommunikálja, hogy a Novo C Plus nem a legnépszerűbb a fogyasztók között, nem piacelső termék.”

129. A C-vitamin emelkedés mértékének alátámasztásával kapcsolatban előadta, hogy a Novonex 2015. augusztus 22. napjától rendelkezett a Klinikai Tanulmánnyal, melynek kutatás vezetője Dr. Takács István egyetemi docens, a Semmelweis Egyetem Általános Orvostudományi Kar, Klinikai Farmakológiai Részleg vezetője volt. A klinikai vizsgálat eredménye szerint „[ÜZLETI TITOK].” Erre tekintettel álláspontja szerint jól látható, hogy a Novo C emelkedése 4,38-szorosa az összehasonlításban résztvevő termék emelkedésének.⁸⁰

VI.3. Szerkesztői tartalomnak álcázott reklám

VI.3.1. Novonex nyilatkozata

130. A Novonex a szerkesztői tartalomnak álcázott reklám vonatkozásában úgy nyilatkozott, hogy [ÜZLETI TITOK].⁸¹

131. A Novonex rögzítette továbbá, hogy [ÜZLETI TITOK].⁸²

132. A Novonex előadta továbbá, hogy a vonatkozó jogszabályokból következően a gazdasági reklám fogalmi eleme az, hogy a reklám egy adott vállalkozás konkrét termékéhez kötődik, a megjelölt sajtótermékekből azonban nem vonható le az a következtetés, hogy az kifejezetten a Novonex termékére vonatkozik.⁸³

133. A Novonex nyilatkozatában előadta, hogy [ÜZLETI TITOK].⁸⁴

134. A Novonex előadta, hogy [ÜZLETI TITOK].⁸⁵

135. A Novonex előadta, hogy „[ÜZLETI TITOK].”⁸⁶

136. A Novonex szerint „[ÜZLETI TITOK].”⁸⁷

⁷⁹ VJ/91-41/2016. sz. irat

⁸⁰ VJ/91-126/2016. sz. irat

⁸¹ VJ/91-20/2016. sz. irat, VJ/91-22/2016. sz. irat

⁸² VJ/91-22/2016. sz. irat

⁸³ VJ/91-151/2016. sz. irat

⁸⁴ VJ/91-60/2016. sz. irat

⁸⁵ VJ/91-60/2016. sz. irat

⁸⁶ VJ/91-60/2016. sz. irat

137. A Novonex előadta, hogy „[ÜZLETI TITOK].”⁸⁸

VI.3.2. Ringier nyilatkozata

138. A Ringier előadta, hogy az általa kiadott sajtótermékekben

- **Kiskegyed** 23. évfolyam, 29. szám, 2014. július 15., 23. évfolyam, 38. szám, 2014. szeptember 16., 23. évfolyam, 42. szám, 2014. október 14., 23. évfolyam, 49. szám, 2014. december 2., 23. évfolyam, 50. szám, 2014. december 9. szám,
- **Kiskegyed Fitt** 2014. VII. évfolyam, 3. szám, 2014. VII. évfolyam, 4. szám,
- **Kiskegyed Konyhája XXII.** évfolyam, 8. szám, 2014. augusztus, 2014. december – 2015. január szám, illetve
- **Hölgyvilág** 2014. 8. szám 2014. 10. szám

megjelent, „az eljárás tárgyát képező közvélemények sem kereskedelmi kommunikációnak, sem reklámnak, sem pedig szerkesztői tartalomnak álcázott reklámnak minősíteni nem lehet, ekkénti minősítésük iratellenes.”⁸⁹

139. A Ringier előadta, hogy az Fttv. és Grt. „fogalom-meghatározásaiból kitűnően a kereskedelmi kommunikáció, illetve a reklám fogalmi eleme, hogy az egy konkrét vállalkozásra, illetve annak konkrét árujára vonatkozik, kell vonatkoznia, amely konkrét vállalkozás/áru a kereskedelmi kommunikációból, reklámból egyértelműen, minden kétséget kizáróan beazonosítható, a kereskedelmi kommunikációban, reklámban pontosan meghatározásra kerül.”⁹⁰

140. A Ringier előadta, hogy az általa kiadott sajtótermékekben megjelent közvéleményekből sem a Novonex, „sem az általa forgalmazott termék, sem pedig más, liposzómális C-vitamint gyártó, forgalmazó vállalkozás nem azonosítható be, nem ismerhető fel. Így a kifogásolt közvélemények nem minősíthetők sem kereskedelmi kommunikációnak, sem reklámnak, sem pedig szerkesztői tartalomnak álcázott reklámnak; azok nem olyan információ(közlés)k, amelyek valamely, a közvéleményekből egyértelműen beazonosítható, felismerhető vállalkozás önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével állnak összefüggésben. A közvélemények általánosságban beszélnek a liposzómális C-vitamin előnyeiről, sem közvetve, sem közvetlenül nem utalva valamely konkrét vállalkozásra, illetve annak valamely konkrét árujára. Magyarországon jelenleg különösen az alábbi liposzómális C-vitamin készítmények érhetőek el: Dr. M Prémium Liposzómás C-vitamin, Dr. Turi Liposomal liposzómális C-vitamin, Interhealth Lipo C Sol 1000 folyékony liposzómális C-vitamin, LipoVita folyékony liposzómális C-vitamin, Dr.Chen C-Max Liposzómális C-Vitamin, Jutavit Liposom liposzómális C- vitamin, stb., így a közvélemények bármely termékre vonatkozhatnak, azok nem minősíthetők sem kereskedelmi kommunikációnak, sem reklámnak, sem pedig szerkesztői tartalomnak álcázott reklámnak.”⁹¹

141. Előadta továbbá, hogy az olvasóknak lapozniuk kellett ahhoz, hogy a hirdetést lássák, mely a szerkesztői tartalom és a hirdetés prudens elválasztását jelenti, valamint „a

⁸⁷ VJ/91-60/2016. sz. irat

⁸⁸ VJ/91-60/2016. sz. irat

⁸⁹ VJ/91-47/2016. sz. irat

⁹⁰ VJ/91-47/2016. sz. irat

⁹¹ VJ/91-47/2016. sz. irat

*megrendelőiben szereplő témátámogató környezetben való elhelyezés nem a szerződés tárgyára, hanem a hirdetés elhelyezésére utalt kizárólagosan.*⁹²

142. A Ringier az előzetes álláspontra tett észrevételében⁹³ és a tárgyaláson korábbi álláspontját fenntartotta, kérte az eljárás megszüntetését, illetve ennek hiányában jelképes összegű bírság kiszabását. Ez utóbbit illetően hivatkozott különösen a jogsérelem, az okozott hátrány alacsony súlyára, annak korlátozott időtartamára, a társaság piaci részesedésének csökkenésére, a felróhatóság alacsony mértékére, az eljárás során tanúsított együttműködő magatartására, eddigi jogkövető magatartására, valamint kérte a speciális és generális prevenció miatti növelés mellőzését.

VI.3.3. Blikk nyilatkozata

143. A Blikk előadta, hogy az általa kiadott sajtótermékekben

- **Blikk Nők XI.** évfolyam, 30. szám 2015. július 22.,
- **Blikk Egészség** 2015. június 10. szám

*megjelent, „az eljárás tárgyát képező közzétételek sem kereskedelmi kommunikációnak, sem reklámnak, sem pedig szerkesztői tartalomnak álcázott reklámnak minősíteni nem lehet, ekkénti minősítésük iratellenes.*⁹⁴

144. A Blikk előadta, hogy az Fttv. és Grt. *„fogalom-meghatározásaiból kitűnően a kereskedelmi kommunikáció, illetve a reklám fogalmi eleme, hogy az egy konkrét vállalkozásra, illetve annak konkrét árujára vonatkozik, kell vonatkoznia, amely konkrét vállalkozás/áru a kereskedelmi kommunikációból, reklámból egyértelműen, minden kétséget kizáróan beazonosítható, a kereskedelmi kommunikációban, reklámban pontosan meghatározásra kerül.*⁹⁵

145. A Blikk előadta, hogy az általa kiadott sajtótermékekben megjelent közzétételekből sem az eljárás alá vont Novonex, *„sem az általa forgalmazott termék, sem pedig más, liposzómális C vitamint gyártó, forgalmazó vállalkozás nem azonosítható be, nem ismerhető fel. Így a kifogásolt közzétételek nem minősíthetők sem kereskedelmi kommunikációnak, sem reklámnak, sem pedig szerkesztői tartalomnak álcázott reklámnak; azok nem olyan információ(közlése)k, amelyek valamely, a közzétételekből egyértelműen beazonosítható, felismerhető vállalkozás önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével állnak összefüggésben. A közzétételek általánosságban beszélnek a liposzómális C-vitamin előnyeiről, sem közvetve, sem közvetlenül nem utalva valamely konkrét vállalkozásra, illetve annak valamely konkrét árujára. Magyarországon jelenleg különösen az alábbi liposzómális C-vitamin készítmények érhetőek el: Dr. M Prémium Liposzómális C-vitamin, Dr.Turi Liposomal liposzómális C-vitamin, Interhealth Lipo C Sol 1000 folyékony liposzómális C-vitamin, LipoVita folyékony liposzómális C-vitamin, Dr.Chen C-Max Liposzómális C-Vitamin, Jutavit Liposom liposzómális C- vitamin, stb., így a közzétételek bármely termékre*

⁹² VJ/91-149/2016. sz. irat

⁹³ VJ/91-195/2016. sz. irat

⁹⁴ VJ/91-46/2016. sz. irat

⁹⁵ VJ/91-46/2016. sz. irat

vonatkozhatnak, azok nem minősíthetők sem kereskedelmi kommunikációnak, sem reklámnak, sem pedig szerkesztői tartalomnak álcázott reklámnak.”⁹⁶

146. Előadta továbbá, hogy az olvasóknak lapozniuk kellett ahhoz, hogy a hirdetést lássák, mely a szerkesztői tartalom és a hirdetés prudens elválasztását jelenti, valamint „*a megrendelőiben szereplő témátámogató környezetben való elhelyezés nem a szerződés tárgyára, hanem a hirdetés elhelyezésére utalt kizárólagosan.*”⁹⁷
147. A Blikk az előzetes álláspontra tett észrevételében⁹⁸ és a tárgyaláson korábbi álláspontját fenntartotta, kérte az eljárás megszüntetését, illetve ennek hiányában jelképes összegű bírság kiszabását. Ez utóbbit illetően hivatkozott különösen a jogsérelem, az okozott hátrány alacsony súlyára, annak korlátozott időtartamára, a társaság piaci részesedésének csökkenésére, a felróhatóság alacsony mértékére, az eljárás során tanúsított együttműködő magatartására, eddigi jogkövető magatartására, valamint kérte a speciális és generális prevenció miatti növelés mellőzését.

VI.3.4. Daylight nyilatkozata

148. A Daylight előadta, hogy a Novonex által forgalmazott Novo C Plus C-vitamin étrend kiegészítő készítmény hirdetését az általa szerkesztett **Páciens magazin** 2016. októberi számában helyezte el.
149. A Daylight rögzítette, hogy „[ÜZLETI TITOK].”⁹⁹
150. A Daylight előadta, hogy „[ÜZLETI TITOK].” A Daylight tehát „[ÜZLETI TITOK].”¹⁰⁰
151. A Daylight hangsúlyozta, hogy az általa „*szerkesztett anyagok minden esetben tartalmazták a „promocio” megjelölést, [ÜZLETI TITOK]. Mindezekén túl a magazin impresszumában „Figyelmeztetés az olvasó részére” felirat alatt az is olvasható, hogy „a megjelentetett hirdetésekért nem vállalunk felelősséget.*”¹⁰¹

VII.

Jogi háttér

Az Fttv. releváns rendelkezései

152. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése értelmében ez a törvény állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen jogszabályhely (2) bekezdése szerint e törvény arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely Magyarország

⁹⁶ VJ/91-46/2016. sz. irat

⁹⁷ VJ/91-152/2016. sz. irat

⁹⁸ VJ/91-195/2016. sz. irat

⁹⁹ VJ/91-39/2016. sz. irat

¹⁰⁰ VJ/91-39/2016. sz. irat

¹⁰¹ VJ/91-39/2016. sz. irat

területén valósul meg, továbbá arra is, amely Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint.

153. Az Fttv. 1. §-a (4) bekezdésének c) pontja szerint külön törvény vagy az annak végrehajtására kiadott jogszabály a fogyasztók tájékoztatására vonatkozóan az e törvényben foglalt szabályokon túl részletesebb, illetve szigorúbb szabályokat írhat elő az áru egészségügyi vonatkozásaival vagy biztonságosságával összefüggő követelmények érvényesítése céljából.

154. Az Fttv. 2. §-ának

a) pontja szerint fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy,

c) pontja rögzíti, hogy a törvény alkalmazásában áru minden birtokba vehető forgalomképes ingó dolog - ideértve a pénzt, az értékpapírt és a pénzügyi eszközt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket - (a továbbiakban együtt: termék), az ingatlan, a szolgáltatás, továbbá a vagyoni értékű jog,

d) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenysége vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja,

e) pontja alapján kereskedelmi kommunikáció a vállalkozás önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével közvetlenül összefüggésben történő információközlés, függetlenül annak megjelenési módjától, eszközétől,

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

155. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése kimondja, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (2) bekezdés szerint tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, a) amelynek alkalmazása során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el (a továbbiakban: szakmai gondosság követelménye), és b) amely érzékelhetően rontja azon fogyasztó lehetőségét az áruval kapcsolatos, a szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, akivel kapcsolatban alkalmazzák, illetve akihez eljut, vagy aki a címzettje, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg (a továbbiakban: a fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas. A (3) bekezdés kimondja, hogy a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).

156. Az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdése értelmében megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény - figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére - olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az alábbiak közül egy vagy több tényező tekintetében, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas:

b) az áru lényeges jellemzői, így különösen

bj) az egészségre gyakorolt hatása.

157. Az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdése rögzíti, hogy az Fttv. mellékletében meghatározott kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelenek.
158. Az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdése és mellékletének 11. pontja értelmében tisztességtelen 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).
159. Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése előírja, hogy a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve áru nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is. Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni. Ugyanezen jogszabályhely (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.
160. A Fttv. 14. §-a kimondja, hogy a vállalkozás - az eljáró hatóság felhívására - a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát igazolni köteles. Ha a vállalkozás nem tesz eleget ennek a kötelezettségnek, úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak. Erre a vállalkozást a hatóság felhívásában figyelmeztetni kell.

A 37/2004. (IV. 26.) ESzCsM rendelet, az 1924/2006/EK rendelet és a 432/2012/EU rendelet releváns rendelkezései

161. Az étrend-kiegészítőkről szóló 37/2004. (IV. 26.) ESzCsM rendelet 2. §-ának a) pontja értelmében étrend-kiegészítő a hagyományos étrend kiegészítését szolgáló olyan élelmiszer, amely koncentrált formában tartalmaz tápanyagokat vagy egyéb táplálkozási vagy élettani hatással rendelkező anyagokat, egyenként vagy kombináltan; adagolt vagy adagolható formában kerül forgalomba (például kapszula, pasztilla, tableta, port tartalmazó tasak, adagolható por, ampulla, csepegtető üveg vagy más hasonló por-, illetve folyadékforma, amely alkalmas kis mennyiség adagolására). A rendelet 3. §-ának (1) bekezdése rögzíti, hogy Magyarország területén csak a rendelet előírásainak megfelelő étrend-kiegészítő hozható forgalomba. A 10. § (1) bekezdése szerint az étrend-kiegészítők hatékony hatósági ellenőrzése érdekében legkésőbb a termék első forgalomba hozatalakor a gyártó vagy az importőr köteles bejelenteni a készítményt az OGYÉI-hez a rendelet 4. számú melléklete szerinti adatok közzétételével és a címke egyidejű megküldésével.
162. Az élelmiszerekkel kapcsolatos, tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó állításokról szóló, az Európai Parlament és a Tanács 2006. december 20-i 1924/2006/EK rendelet (a továbbiakban: 1924/2006/EK rendelet) preambuluma (3) és (4) pontja értelmében

- az általános jelölési előírásokat az élelmiszerek címkézésére, kiszerezésére és reklámozására vonatkozó tagállami jogszabályok közelítéséről szóló, 2000. március 20-i 2000/13/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv tartalmazza,
- a 1924/2006/EK rendeletet kell alkalmazni minden kereskedelmi kommunikációban szereplő tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó állításra, ideértve többek között az élelmiszerek általános reklámozását is.

163. Az állítások tudományos alátámasztása kapcsán az 1924/2006/EK rendelet 6. cikke rögzíti, hogy

- (1) a tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó állításokat általánosan elfogadott tudományos bizonyítékokra kell alapozni, és azokkal kell alátámasztani,
- (2) a tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó állítást alkalmazó élelmiszeripari vállalkozónak az állítás alkalmazását igazolnia kell,
- (3) a tagállamok illetékes hatóságai kérhetik, hogy az élelmiszeripari vállalkozó vagy a terméket forgalomba hozó személy mutassa be a rendeletnek való megfelelést igazoló valamennyi vonatkozó tényezőt és adatot.

164. Az 1924/2006/EK rendelet [annak 1. cikkének (2) bekezdése értelmében] alkalmazandó a kereskedelmi kommunikációban – a végső fogyasztónak ilyen formában szolgáltatott élelmiszerek címkézésén, megjelenítésén, vagy reklámjában – szereplő, tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó állítások tekintetében. A rendelet preambuluma (4) pontja értelmében a rendeletet kell alkalmazni minden kereskedelmi kommunikációban szereplő tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó állításra, ideértve többek között az élelmiszerek általános reklámozását is.

165. Az 1924/2006/EK rendelet I. fejezete 2. cikke (fogalom-meghatározások) (2) bekezdésének 5. pontja értelmében „egészségre vonatkozó állítás” bármely olyan állítás, amely kijelenti, sugallja vagy sejteti, hogy az adott élelmiszer, élelmiszercsoport vagy annak valamely alkotóeleme és az egészség között összefüggés van.

166. Az 1924/2006/EK rendelet IV. fejezete 10. cikkének (1) bekezdésében rögzített főszabály szerint tilos az egészségre vonatkozó állítások alkalmazása.

167. A kivételek rendeletben rögzített konjunktív feltételei, hogy

- azok a II. fejezetben foglalt általános követelményeknek megfeleljenek,
- a IV. fejezetben foglalt különös követelményeknek megfeleljenek,
- azokat a rendelettel összhangban engedélyezzék,
- azok a 13. és 14. cikkben meghatározott engedélyezett állítások listáján szerepeljenek,
- figyelemmel a 28. cikk (5) és (6) bekezdésében leírt kitételekre is.

168. Az 1924/2006/EK rendelet II. fejezete 5. cikk (1) bekezdése ismerteti azokat az általános követelményeket, amelyek teljesülése esetén a tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó állítások alkalmazása megengedett.

a) általánosan elfogadott tudományos bizonyítékok igazolják, hogy az állítás tárgyát képező tápanyag vagy egyéb anyag jelenléte, hiánya vagy csökkentett mennyisége az élelmiszerben vagy élelmiszercsoportban bizonyítottan kedvező táplálkozási vagy élettani hatással bír;

b) azt a tápanyagot vagy egyéb anyagot, amelyre az állítás vonatkozik:

i. a késztermék a közösségi jogszabályokban meghatározottak szerint jelentős mennyiségben tartalmazza, vagy – ilyen szabályozás hiányában – olyan mennyiségben tartalmazza, amely az állítás szerint általánosan elfogadott tudományos bizonyítékokkal igazolt táplálkozási vagy élettani hatást eredményezi; vagy

ii. a termék nem tartalmazza, vagy olyan, csökkentett mennyiségben tartalmazza, amely az állítás szerint általánosan elfogadott tudományos bizonyítékokkal igazolt táplálkozási vagy élettani hatást eredményezi;

c) adott esetben az állításban szereplő tápanyag vagy egyéb anyag a szervezet számára hasznosítható formában van jelen;

d) a termékből ésszerűen várhatóan elfogyasztható mennyiség az állításban szereplő tápanyagból vagy egyéb anyagból a közösségi jogszabályokban meghatározottak szerint jelentős mennyiséget tartalmaz, vagy - ilyen szabályozás hiányában - olyan mennyiséget tartalmaz, amely az állítás szerint általánosan elfogadott tudományos bizonyítékokkal igazolt táplálkozási vagy élettani hatást eredményezi;

e) esettől függően a III. (tápanyag-összetételre vonatkozó állítások), illetve IV. (egészségre vonatkozó állítások) fejezetben meghatározott különös feltételek teljesülnek.

169. Az 1924/2006/EK rendelet 10. cikk (3) bekezdése szerint a tápanyag vagy az élelmiszer – általában az egészségre vagy az egészséggel kapcsolatos jó közérzetre gyakorolt – általános, nem részletezett kedvező hatásaira való hivatkozás csak akkor közölhető, ha azt a 13. vagy 14. cikkben meghatározott listában szereplő egészségre vonatkozó egyedi állítás is kíséri.

170. Az 1924/2006/EK rendelet 13. cikkének (1) bekezdése szerint az egészségre vonatkozó olyan állítások, amelyek az alábbiak leírását vagy említését tartalmazzák:

a) a tápanyag vagy egyéb anyag szerepe a növekedésben, fejlődésben és a szervezet működésében; vagy

b) pszichés állapot és magatartás; vagy

c) a 96/8/EK irányelv sérelme nélkül, a fogyás vagy testtömegkontroll, illetve az éhségérzet csökkentése vagy a jóllakottság érzésének növelése, vagy az étrendből hasznosítható energiamennyiség csökkentése,

és amelyeket feltüntetnek a (3) bekezdésben meghatározott listán, a 15-19. cikkben megállapított eljárások lefolytatása nélkül is alkalmazhatók, amennyiben:

i. általánosan elfogadott tudományos bizonyítékokon alapulnak; és

ii. az átlagos fogyasztó számára jól érthetőek.

171. Az 1924/2006/EK rendelet 13. cikke (2) bekezdésének rendelkezései szerint a tagállamok legkésőbb 2008. január 31-ig a Bizottság rendelkezésére bocsátják az élelmiszerekkel kapcsolatos, egészségre vonatkozó állítások nemzeti listáit az említett rendelet 13. cikke (1) bekezdése szerint. Az állításokat tartalmazó nemzeti listákat a rájuk vonatkozó feltételekkel és a vonatkozó tudományos igazolásra való hivatkozásokkal együtt kell megküldeni. A Bizottsághoz a tagállamoktól 2008. január 31-én beérkezett listák több mint 44.000, egészségre vonatkozó állítást tartalmaztak. A nemzeti listák vizsgálata rávilágított arra, hogy

a sok átfedés miatt a tagállamokkal folytatott megbeszéléseket követően a nemzeti listákból konszolidált listát kell összeállítani, amelyről az Európai Élelmiszerbiztonsági Hivatalnak (European Food Safety Authority, a továbbiakban: EFSA) tudományos szakvéleményt kell készítenie.

172. A Bizottság – az 1924/2006/EK rendelet 13. cikke (3) bekezdésének megfelelően – 2008. július 24-én hivatalosan megküldte a tudományos szakvélemény iránti kérelmét az EFSA-nak. A konszolidált lista további részeit 2008 novemberében, illetve decemberében továbbította. A konszolidált listát a Bizottság egy kiegészítéssel zárta le, amelyet 2010. március 12-én megküldött az EFSA-nak. Ezt követően a tagállamok visszavontak egyes, a konszolidált listán szereplő állításokat, mielőtt az EFSA értékelte volna azokat. Az EFSA végül 2009 októbere és 2011 júliusa között közzétette a tudományos értékelés eredményeként készült szakvéleményeit.
173. Az 1924/2006/EK rendelet 13. cikkének (3) bekezdése szerinti lista első körben értékelt egészségre vonatkozó állításait a Bizottság 2012. május 16-i 432/2012/EU rendelete (a továbbiakban: 432/2012/EU rendelet) tartalmazza. A lista elsősorban a vitaminokkal, ásványi anyagokkal kapcsolatos állításokból áll. A rendelettel nem összhangban álló általános tudományos ismereteken alapuló állításokkal ellátott élelmiszerek 2012. december 13-ig forgalmazhatók jogszerűen ezen állításokkal. Ekkortól a reklámoknak, szórólapoknak, internetes információknak stb. is összhangban kell állnia az új rendelkezéssel, miután az élelmiszerekkel kapcsolatos tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó állításokról szóló 1924/2006/EK rendelet lefedi a teljes kereskedelmi kommunikációt. Az 1924/2006/EK rendelet 28. cikkének (5) bekezdése szerint a 13. cikk (1) bekezdésének a) pontjában említett, egészségre vonatkozó állításokat - a 24. cikkben említett védintézkedések elfogadásának sérelme nélkül - e rendelet hatálybalépése időpontjától a 13. cikk (3) bekezdésében említett lista elfogadásáig lehet alkalmazni az élelmiszeripari vállalkozók saját felelőssége mellett, feltéve, hogy az állítások megfelelnek e rendeletnek és a rájuk vonatkozó hatályos nemzeti rendelkezéseknek.
174. A 2012. december 14-től alkalmazandó 432/2012/EU rendelet 1. cikkének (1) bekezdése értelmében az élelmiszerekkel kapcsolatos, egészségre vonatkozó állítások 1924/2006/EK rendelet 13. cikkének (3) bekezdésében említett listáját a 432/2012/EU rendelet melléklete tartalmazza. Az 1. cikk (2) bekezdése értelmében az (1) bekezdésben említett, egészségre vonatkozó állítások a mellékletben megállapított feltételekkel alkalmazhatók élelmiszerekre.

Az 1169/2011/EU rendelet releváns rendelkezései

175. Az élelmiszerláncról és hatósági felügyeletéről szóló 2008. évi XLVI. törvény (a továbbiakban: Éltv.) 25. §-ának (3) bekezdése értelmében az 1169/2011/EU rendelet 7. cikk (1), (3) és (4) bekezdésében foglalt rendelkezések megsértése esetén az eljárás lefolytatására az Fttv.-ben meghatározott hatóság jogosult az ott meghatározott szabályok szerint azzal, hogy a végső fogyasztó az Fttv. alkalmazásában fogyasztónak minősül akkor is, ha nem természetes személy.
176. Az 1169/2011/EU rendelet 7. cikkének (1) bekezdése értelmében az élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatás nem lehet megtévesztő, különösen:
- a) az élelmiszer jellemzői és különösen annak jellege, azonossága, tulajdonságai, összetétele, mennyisége, eltarthatósága, származási országa vagy eredetének helye, előállításának vagy termelésének módja tekintetében;

b) az élelmiszer olyan hatással vagy tulajdonsággal való felruházása révén, amellyel az nem rendelkezik.

177. Az 1169/2011/EU rendelet 7. cikkének (3) bekezdése alapján az élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatás a természetes ásványvizekre és a különleges táplálkozási célú élelmiszerekre vonatkozó uniós jogi rendelkezésekben foglaltak figyelembevételével nem tulajdoníthat az élelmiszereknek emberi betegségek megelőzésére, kezelésére vagy gyógyítására vonatkozó tulajdonságokat, és ilyen tulajdonságokra nem is utalhat.

A Tpv. releváns rendelkezései

178. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a GVH eljárása tekintetében a Tpv. rendelkezéseit kell alkalmazni.

179. Az eljáró versenytanács határozatában a Tpv. 76. §-a (1) bekezdésének

e) pontja értelmében megállapíthatja a jogsértés tényét,

h) pontja szerint jogsértés megállapítása esetén kötelezettséget írhat elő,

k) pontja értelmében bírságot szabhat ki.

180. Az eljáró versenytanács a Tpv. 78. §-a (1) bekezdésének a) pontja értelmében bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a GVH hatáskörébe tartozó jogsértő magatartást valósít meg. Az (1b) bekezdés értelmében a bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve azon - a határozatban azonosított - vállalkozáscsoport a határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja. A vállalkozások társulásával szemben kiszabott bírság összege legfeljebb a tagvállalkozások előző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet.

181. A Tpv. 78. §-ának (2) bekezdése értelmében a bírság legmagasabb összegének meghatározásakor a nettó árbevételt a határozat meghozatalát megelőző üzleti évre vonatkozó éves beszámoló vagy egyszerűsített éves beszámoló alapján kell meghatározni. A Tpv. 78. §-ának (3) bekezdése szerint a bírság összegét az eset összes körülményeire - így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a jogsértő magatartás ismételt tanúsítására, gyakoriságára - tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a végső üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

182. A Tpv. 78. § (8) és (9) bekezdése alapján az eljáró versenytanács bírság kiszabása helyett figyelmeztetést alkalmazhat, amennyiben

- az eljárás alá vont vállalkozás KKV-nak minősül,
- első esetben fordul elő a jogsértés,
- a jogsértés nem valósítja meg az Európai Unió jogának sérelmét,
- a jogsértés nem közbeszerzési eljárás során árak rögzítésére vagy a piac felosztására irányuló megállapodás kötésében vagy összehangolt magatartás tanúsításában nyilvánult meg, és

- a jogsértésre nem a személyeknek koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportjához tartozó személlyel szemben került sor.

183. A Tpv. 76. § (1) bekezdés 1) pontja alapján az eljáró versenytanács a bírságkiszabás helyett figyelmeztetést arra vonatkozó kötelezettség előírása mellett alkalmazhat, hogy az ügyfél alakítson ki a versenyjogi előírásoknak megfelelést és jogsértés megelőzését biztosító belső eljárásrendet.

A Ket. releváns rendelkezései

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

185. A Ket. 31. § (1) bekezdés alapján a hatóság az eljárást megszünteti, ha

- i) hivatalbóli eljárásban a tényállás a határozat meghozatalához szükséges mértékben nem volt tisztázható, és további eljárási cselekménytől sem várható eredmény.

VIII.

Jogi értékelés

VIII.1 Hatáskör és illetékesség

186. 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.

187. Az Fttv. 11. §-ának (2) bekezdése alapján a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha a) a kereskedelmi gyakorlat országos médiaszolgáltatást végző médiaszolgáltatón keresztül valósul meg, b) a kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű időszakos lap vagy legalább három megyében terjesztett napilap útján valósul meg.

188. A jelen ügyben a gazdasági verseny érdemi érintettsége fennáll, tekintettel arra, hogy a kereskedelmi kommunikáció országos médiaszolgáltatást végző médiaszolgáltatón keresztül, valamint országos terjesztésű időszakos lapban jelent meg. Így az Fttv. 11. § (2) bekezdésének a) és b) pontjai alapján az eljárás a GVH hatáskörébe tartozik.

189. Az Fttv. 17. §-ának (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.

190. Az Éltv. 25. §-ának (3) bekezdése értelmében az 1169/2011/EU rendelet 7. cikk (1), (3) és (4) bekezdésében foglalt rendelkezések megsértése esetén az eljárás lefolytatására az Fttv. által meghatározott hatóság jogosult.
191. A GVH illetékességét a Tpv. 46. §-a állapítja meg.

VIII.2 A kereskedelmi gyakorlattal megcélzott, illetve elért fogyasztók

192. A Novonex nyilatkozata szerint [ÜZLETI TITOK].¹⁰²
193. A Novonex előadta, hogy [ÜZLETI TITOK].¹⁰³
194. A Novonex szerint [ÜZLETI TITOK].¹⁰⁴
195. A versenytanács álláspontja szerint a fenti nyilatkozatokat is figyelembe véve jelen versenyfelügyeleti eljárásban érintett fogyasztó mindazon természetes személy, aki a vizsgált időszakban a Novo C Plus termékkel kapcsolatos kommunikációt észlelte.
196. Az érintett termékpiac fogyasztóiról elmondható, hogy a vizsgálattal érintett termék jellegéből adódóan elsősorban egészségmegőrző, prevenció célból vásárolják meg azokat. Elsődleges céljuk a szervezet egészséges működésének megtámogatása, a szervezet egészséges működéséhez szükséges C-vitamin biztosítása, illetve az egészségtelen életmód, valamint a stressz által okozott negatív hatások ellensúlyozása.
197. Tekintettel arra, hogy a C-vitamin szedése általában ajánlott a megfázás esetén, így a fogyasztók egy része az immunrendszer megerősítését várja a baktérium, illetve vírus okozta megbetegedés esetére.
198. Megállapítható egyrészt, hogy koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott csoport egyértelműen nem azonosítható a vizsgált termék fogyasztói között. Másrészt – habár a Novonex a fogyasztóit nagyfokú egészségtudatossággal rendelkező fogyasztóknak tekinti¹⁰⁵ – az eljáró versenytanács nem azonosított nagyfokú egészségtudatosságot a fogyasztók körében, magasabb tudatossági szint nem várható el a terméket választó fogyasztóktól. A Novonex kommunikációja az egészségtudatosságra tekintet nélkül minden fogyasztót elért, ezért az eljáró versenytanács az eljárás során az Fttv. 4. § (1) bekezdése szerinti olyan átlagos fogyasztó magatartását veszi alapul, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el.

VIII.3. A fogyasztó ügyleti döntése

199. Jelen versenyfelügyeleti eljárásban ügyleti döntésnek tekintendő a fogyasztó azon döntése, hogy maga vagy családja egészség-megőrzésére, az immunrendszer erősítésére vásároljon-e valamilyen C-vitamin készítményt, és amennyiben igen, melyik termék kategóriát és azon belül melyik terméket válassza.
200. A fogyasztó ügyleti döntésének vizsgálata a Novonex magatartásának az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontja szerinti értékelésénél releváns. Az Fttv. melléklet 11. pontjában szereplő

¹⁰² VJ/91-8/2016. számú irat

¹⁰³ VJ/91-8/2016. számú irat

¹⁰⁴ VJ/91-8/2016. számú irat

¹⁰⁵ VJ/91-8/2016. sz. irat: „[ÜZLETI TITOK]”

magatartás esetében a fogyasztó ügyleti döntésének vizsgálata nem szükséges, mivel a meghatározott kereskedelmi gyakorlatok a törvény erejénél fogva tisztességtelenek, semmilyen további külön feltételnek nem kell teljesülnie, így azt sem kell vizsgálni, hogy a gyakorlat befolyásolta-e az ügyleti döntést, mivel ezt a jogalkotó már feltételezte a magatartások vonatkozásában. Ezekben az esetekben tehát a jogsértés megállapításához csak azt kell bizonyítani, hogy a magatartás megvalósult.¹⁰⁶

201. Az értékelés szempontjából relevanciával bíró ügyleti döntés meghozatala egy folyamat, amelynek nemcsak az egészét, hanem egyes szakaszait is védi a jog. Ez a folyamat a fogyasztók figyelmének felkeltését is magában foglalja, így ez a mozzanat sem történhet tisztességtelen módon. Nem csak az olyan magatartás lehet jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra - ideértve a figyelem felkeltését is. Így kifogásolható már önmagában az a körülmény is, hogy a tisztességtelen magatartás, kereskedelmi gyakorlat hatására a fogyasztó pl. felveszi a kapcsolatot a vállalkozással, hiszen így a vállalkozás „meggyőzheti” a fogyasztót, „ráveheti” a vállalkozás számára előnyös döntés meghozatalára.
202. A vizsgálattal érintett termék esetében a fogyasztók figyelmének felkeltése a vizsgált állítások közzétételekor történt meg. Az Fttv. értelmében a figyelemfelkeltés kapcsán hozott döntés is ügyleti döntésnek minősül, mert a fogyasztó a kereskedelmi gyakorlat üzenetének hatására felkutatja a kínált termékeket, lehetőségeket és a kommunikációnak a termékeknek tulajdonított jótékony, egészségre gyakorolt és egyéb hatásaira vonatkozó üzenete miatt dönt a termék megvásárlása mellett.

Az eljárás tárgya

203. A jelen ügyben egyrészt az érintett – étrend-kiegészítő – termékkel kapcsolatos egyes (egészségre vonatkozó hatás, illetve piacelsőségi) állítások jogszerűségének a vizsgálatára, másrészt annak az értékelésére került sor, hogy egyes kereskedelmi célú megjelenések esetében egyértelműen kiderült-e azok fizetett jellege. Értelemszerűen más vizsgálandó az első, és más a második tényállás esetében.
204. Egyes állítások a termék egészségre vonatkozó hatásával kapcsolatosak: A „liposzómális technológia lehetővé teszi a C-vitamin kiváló hasznosulását a szervezetben”, „A liposzómális technológia a ma ismert egyik legfejlettebb technológia a C-vitamin sejtekhez való célzott eljuttatásában. A tudomány és a természet ötvözésével kiemelkedően magas felszívódást tesz lehetővé a véráramba és a sejtekbe”, „Klinikailag igazolt felszívódási hatékonyság”, „1000 mg hagyományos C-vitaminnál akár a C-vitamin 80%-a kiürül anélkül, hogy a szervezet hasznosítani tudná”, „forradalmi áttörés a C-vitamin felszívódásában”, „Nem nagy dózisokat kell szedni, hanem olyan készítményt, melynek a C-vitamin tartalma valóban hatékonyan képes felszívódni a szervezetbe. A liposzómális technológiával előállított C-vitamin ebből a szempontból újdonságnak számít”.
205. Másodsorban „a leghatékonyabb felszívódásért”, és „a legnépszerűbb hosszan tartó hatású C-vitamin készítményhez képest” állítások a termék piaci helyzetével kapcsolatos állításokként is értelmezhetőek.

¹⁰⁶ A belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól szóló 2005/29/EK irányelvvel kapcsolatban 2016-ban kiadott Európai Bizottsági Iránymutatás 4. pont

206. Harmadsorban a Novonex

- a Ringier kiadásában megjelent Kiskegyed (2014. 23. évfolyam, 29. szám; 2014. 23. évfolyam, 38. szám; 2014. 23. évfolyam 42. szám; 2014. 23. évfolyam, 49. szám; 2014. 23. évfolyam 50. szám), a Kiskegyed Fitt (2014. VII. évfolyam 3. szám, 2014. VII. évfolyam, 4. szám) Kiskegyed Konyhája (XXII. évfolyam 8. szám; 2014. 12. szám), Hölgyvilág (2014. 8. szám, 2014. 10. szám) magazinokban,
- a Blikk kiadásában megjelent Blikk Nők XI. évfolyam 30. szám és Blikk Egészség 2015. 5. szám (2015. június 10.) magazinokban, valamint
- a Daylight által kiadott Páciens Magazin 2016. II. évfolyam 7. számában
a direkt hirdetések mellett PR-jellegű, de elsősorban szakmainak tűnő cikkeket helyezett el, melyek esetében semmilyen formában nem került feltüntetésre az, hogy a cikkek szponzorált tartalomnak minősülnek.

A vizsgálattal érintett termék

207. A vizsgálattal érintett termék étrend-kiegészítőként (élelmiszerként) hozható forgalomba.
208. Magyarországon az étrend-kiegészítőket (azok hatékony hatásági ellenőrzésének elősegítése céljából) legkésőbb a termék első forgalomba hozatalakor a gyártónak vagy az importőrnek kötelessége bejelenteni az OGYÉI-nek. A bejelentési (notifikáció) kötelezettség nem jelent mást, mint a termék címkéjének és adatlapjának benyújtását az OGYÉI-hez, legkésőbb a termék piacra helyezésének napján. A rendszer nem alkalmas a termék forgalomba kerülésének megakadályozására, csak a piacfelügyeleti munkát segíti elő azzal, hogy probléma, veszély észlelésekor a további intézkedések megtétele céljából értesítést kap az Állami Népegészségügyi és Tisztiorvosi Szolgálat.

VIII.4. Az egészségre vonatkozó hatás állítások

209. A Novonex úgy nyilatkozott a kereskedelmi kommunikációja főüzenetét illetően, hogy „[ÜZLETI TITOK].”¹⁰⁷
210. Az eljáró versenytanács a Novonex azon nyilatkozata kapcsán, hogy a kommunikációja egyik főüzenete az immunrendszer támogatása, megjegyzi, hogy a sajtóban megjelenő, PR cikkekkel párosuló direkt hirdetésekben szereplő kommunikáció nem pusztán az immunrendszer támogatásának, hanem sokkal szélesebb körben a C-vitamin pozitív élettani hatásainak üzenetét sugallja a fogyasztók felé. A direkt hirdetések döntő többségében, a csomagoláson, a honlapon¹⁰⁸, a televíziós reklámokban és a rádiós reklámban jellemzően csak a „*leghatékonyabb felszívódásért*” szlogen szerepel.
211. Azokban az esetekben, ahol a direkt hirdetés mellé PR cikk is párosul, a Novonex kommunikációjának összehatása – nyilatkozatával ellentétben – sokkal szélesebb körű annál, mintsem csupán az immunrendszer támogatásának üzenetét közvetítse a fogyasztók számára. A Novonexnek az 1., 2., 3. és 5. mellékletben ismertetett PR cikkeiben az immunrendszer normál működése és a fáradtság csökkentése mellett a „civilizációs betegségek,” daganatok, szív- és érrendszeri problémák, allergia elleni védelmet is a C-vitamin hatásának tulajdonítja, mellyel egyértelműen egy pozitív kép kialakítására törekszik magával a C-vitaminnal

¹⁰⁷ VJ/91-8/2016. sz. irat

¹⁰⁸ A 2018-as honlapmentéseken (VJ/91-131/2016. sz. irat)

kapcsolatban, azt sugallva a fogyasztók felé, hogy a C-vitamin számtalan pozitív élettani hatással bír.

212. Másrészt a Novonex a C-vitamin pozitív élettani hatásait köztudottnak tekinti a fogyasztók számára. Ezt alátámasztják például a határozat 1. és 5. számú mellékletében ismertetett PR cikkek is, melyben maga a Novonex fogalmaz úgy, hogy „*A C-vitamin nélkülözhetetlen hatóanyag, ezt ma már mindenki tudja.*” illetve, hogy „*Azt már tudjuk, hogy a C-vitamint nem csak az őszi-téli megfázásos időszakban érdemes szedni.*” A Novonex ezzel is egyértelműen azt az üzenetet közvetíti, hogy közismertnek tekinti, hogy a C-vitamint érdemes – és miért érdemes – szedni.
213. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint azokban az esetekben, ahol a sajtóban a direkt hirdetés PR cikk nélkül, önmagában jelenik meg, a Novonex egyértelműen arra számított, hogy a fogyasztók ismerik a C-vitamin tulajdonságait, így a C-vitaminra utalás önmagában elegendő arra, hogy a fogyasztókban egy pozitív képet idézzon a C-vitaminnal és a termékkel kapcsolatban. Ezért nem jelenik meg általában a C-vitamin közvetlen élettani hatására – vagy kifejezetten az immunrendszer támogatására – vonatkozó állítás.
214. Kivételt képez e megállapítás alól például a direkt hirdetések közül 21 eset¹⁰⁹ a 2015. januártól 2015. májusig terjedő időszakban, valamint a harmadik YouTube reklám. A sajtóban szereplő direkt hirdetéseknel szlogenyszerűen feltüntetésre került az, hogy „*Támogassa immunrendszerét tavasszal/télen is!*”, míg a YouTube reklám esetében úgy kezdődik a reklám, hogy „*Üzenjen immunrendszerének*”. A direkt hirdetéseknel az eljáró versenytanács álláspontja szerint – habár feltüntetésre került az immunrendszerre utalás – a direkt hirdetés összhatását tekintve a főüzenet továbbra sem az immunrendszer támogatása, hanem sokkal inkább a „*leghatékonyabb felszívódás*” üzenete, ugyanis a „*Támogassa immunrendszerét télen/tavasszal is!*” felirat a „*Novo C Plus Liposzómális C-vitamin Felnőtteknek és gyerekeknek a leghatékonyabb felszívódásért! (...) Kapható a patikákban és a dm drogériákban. (...) Novonex*” feliratokhoz képest lényegesen kisebb betűméretben látható. A „*Támogassa immunrendszerét télen/tavasszal is!*” felirat a hirdetés egészét tekintve alapvetően kis betűvel került feltüntetésre, hozzávetőleg ugyanakkora betűmérettel, mint a „*Csipkebogyó kivonattal és bioflavonoidokkal; Természetes színezékkel (likopin); Kizárólag génmódosítás-mentes összetevőkből; Tartósítószer-mentes*” feliratok. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a YouTube reklám esetében hiába szerepel a reklám legelején az „*Üzenjen immunrendszerének*” felütés, hiszen a reklám legnagyobb részében a termék egyéb tulajdonságait hangsúlyozza, illetve mutatja be a reklám, így ennek a YouTube reklámnak sem tekinthető központi elemének az immunrendszer támogatása. Az eljáró versenytanács e körben megjegyzi, hogy a három YouTube videó közül csak egyetlen videó esetében történik utalás az immunrendszerre, mely szintén azt támasztja alá, hogy az internetes hirdetések központi üzenete sem az immunrendszer támogatása volt.
215. Erre tekintettel az eljáró versenytanács nem tudja elfogadni a Novonex nyilatkozatában foglalt azon megállapítást, mely szerint a felszívódás mellett az immunrendszer támogatása a főüzenet, hiszen a kommunikációk egy részében az immunrendszer támogatása semmilyen formában nem jelenik meg, a kommunikációk egy másik részében¹¹⁰ megjelenik ugyan, de

¹⁰⁹ Lásd: VJ/91-2/2016. számú adatszolgáltatás 8. és 9. melléklete

¹¹⁰ Lásd a fent hivatkozott 21 esetben a 2015. januártól 2015. májusig terjedő időszakban, VJ/91-2/2016. számú adatszolgáltatás 8. és 9. melléklete valamint a határozat 6. melléklete

nem tekinthető hangsúlyos elemnek, a kommunikációk fennmaradó részében pedig elsősorban nem az immunrendszer támogatása, hanem annál sokkal szélesebb körű pozitív hatás kerül kommunikálásra.

216. Továbbá az eljáró versenytanács álláspontja szerint a kereskedelmi kommunikáció főüzenete nem szűkíthető le önmagában a felszívódásra sem, hiszen a reklámkampányban a felszívódásra való hivatkozás nem önmagában, hanem a C-vitamin bemutatott pozitív élettani hatásainak összefüggésében, sokszor kifejezetten a C-vitamin hasznosulására, annak a szervezetre gyakorolt hatásaira vonatkozóan¹¹¹ történik, a többi C-vitamin készítményhez képest¹¹². Így azt az üzenetet közvetítette a fogyasztó részére, hogy a Novonex által gyártott 'liposzómális' C-vitamin, annak jobb felszívódása révén kedvezőbb, erőteljesebb hatású, mint a többi C-vitamin készítmény.
217. Az eljáró versenytanács figyelemmel volt arra is, hogy a termék népszerűsítésére alkalmazott kereskedelmi kommunikációnak a különböző kommunikációs eszközök révén – széles körben – közvetített egyes elemei hosszú időn keresztül folyamatosan, illetve egymással párhuzamosan voltak jelen. Így a fogyasztók az egyes kommunikációs eszközökön megjelenő üzenetet nem feltétlenül önmagukban, hanem az azok révén szerzett együttes benyomásuk alapján is értelmezheték.

VIII.4.1 A kommunikáció fogyasztó által észlelt fő üzenete

218. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a kommunikáció fogyasztó által észlelt összüzenete ezért nem az immunrendszer támogatása valamint a hatékony felszívódás önmagában, hanem az, hogy a termék alkalmazásával elérhető, a C-vitamin által a szervezetre gyakorolt köztudottan kedvező hatás a vizsgálattal érintett termék alkalmazásával annak jobb felszívódása révén könnyebben, kedvezőbben érhető el. A fő üzenet tehát az eljáró versenytanács álláspontja szerint a terméknek az egészségre gyakorolt hatásával kapcsolatos; a felszívódás sebességére, minőségére, a termék hatékonyságára vonatkozó állítások egészségre gyakorolt hatás állításként értékelendők. Ezt egyébként maga a Novonex által előadottak is alátámasztják, hiszen nyilatkozata szerint [ÜZLETI TITOK].¹¹³
219. Az eljáró versenytanács álláspontját a Versenytanács korábbi gyakorlata is alátámasztja.
220. A VJ/90/2015. számú versenyfelügyeleti eljárásban a Versenytanács szintén egészségre gyakorolt hatás állításként értékelte a felszívódással kapcsolatos állításokat. A VJ/90-163/2015. számú határozat 527. pontja a következő megállapítást tartalmazza ezzel kapcsolatban: „Az eljáró versenytanács nem vitatja az EFSA által kiadott tudományos véleményt, azonban nem is értékeli a felszívódással kapcsolatos állítást önálló hatékonysági állításként. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a kommunikáció fogyasztó által észlelt egyik üzenete az, hogy a termék alkalmazásával elérhető, szervezetre gyakorolt kedvező hatás a vizsgálattal érintett termék alkalmazásával gyorsabban érhetőek el, mint más, krómot tartalmazó étrendkiegészítő alkalmazásával. Az egyik fő üzenet tehát az eljáró versenytanács álláspontja szerint **a terméknek tulajdonított egészségre vonatkozó állítás, a**

¹¹¹ Ez kifejezetten megjelenik például a V.1.1 vagy VII.4 pontokban elemzett állításokban.

¹¹² Például a hagyományos C-vitaminhoz (V.I.4 pont) vagy a hosszan tartó hatású C-vitaminokhoz képest (VI.2.2 pont)

¹¹³ VJ/91-8/2016. számú irat

felszívódás sebességére, a termék hatékonyságára vonatkozó állítások az egészséghöz kapcsolódó állításként értékelendők.”

221. A VJ/64/2016. számú, Innovelle ügyben született versenytanácsi határozatban a Versenytanács a felszívódásra vonatkozó állítást szintén egészségre vonatkozó hatás állításnak minősítette. Az egészségre vonatkozó hatás állításként történő minősítés legfőbb oka az volt, hogy az ügyben szakértőként kirendelt OGYÉI kifejezetten úgy nyilatkozott, hogy a felszívódásra vonatkozó állítások egészségre gyakorolt hatás állításnak tekintendők. Az OGYÉI megállapítása alapjául a Növények, Állatok, Takarmány és Élelmiszer Állandó Bizottsági Munkacsoport¹¹⁴ ülésen elhangzottak szolgáltak. Ezek alapján a VJ/64-124/2016. számú határozat 68. pontja rögzíti, hogy az OGYÉI szakvéleményében azt nyilatkozta, hogy „a 2016. június 28-án tartott Növények, Állatok, Takarmány és Élelmiszer Állandó Bizottsági Munkacsoport¹¹⁵ ülésén az egészségre vonatkozó állításokkal kapcsolatban elhangzott kérdések során minden tagország egyértelműen arra az álláspontra jutott, hogy a **felszívódással kapcsolatos kommunikáció egyértelműen egészségre vonatkozó állításnak minősül, ezért azt csak engedélyeztetési eljárást követően lehet alkalmazni.**”
222. Az eljáró versenytanács a Novonex előzetes álláspontra tett észreveteleire és a tárgyaláson előadottakra figyelemmel a következőkre mutat rá.
223. Az 1924/2006/EK rendelet hatálya a végső fogyasztó felé felkínált élelmiszerekkel kapcsolatos kereskedelmi kommunikációban szereplő tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó állításokra terjed ki. A rendelet 2. cikk (2) bekezdésének 1. pontja szerint az állítás az olyan közlés, amely kijelenti, sugallja vagy sejteti, hogy az élelmiszer különleges jellemzőkkel rendelkezik. A rendelet 2. cikk (2) bekezdésének 5. pontja értelmében „egészségre vonatkozó állítás” bármely olyan állítás, amely kijelenti, sugallja vagy sejteti, hogy az adott élelmiszer, élelmiszercsoport vagy annak valamely alkotóeleme és az egészség között összefüggés van. A rendelet értelmében tehát az egészségre vonatkozó állításról van szó, ha a kommunikációban szereplő állítás kapcsolatot teremt az élelmiszer, élelmiszercsoport vagy annak valamely alkotóeleme, tehát maga a termék és az egészség, mint az emberi szervezet normál állapota, működése között. A Novonex állításai az egészségre vonatkozó állítás 1924/2006/EK rendelet szerinti meghatározásának megfelelnek, és ezért a rendelet hatálya alá esnek.
224. Először is, a Novonex állításai élelmiszere, illetve annak alkotóelemére vonatkoznak: a Novo C liposzómális C-vitaminra, mint termékre és a (liposzómális) C-vitaminra. Az állítások kijelentik, illetve sugallják, hogy, a Novo C liposzómális C-vitamin különleges jellemzője annak kiemelkedő felszívódása.
225. Továbbá a Novonex kommunikációja az egészséggel kapcsolatos, a termék preventív hatásait kommunikálja. A Novonex a C-vitaminnal kapcsolatban egy széles körű pozitív hatás kommunikálására törekszik, mely az immunrendszer támogatásától egészen a „civilizációs betegségek” elleni védelemig terjed. A Novonex kommunikációjának egyes elemei egymásra épülnek, egymást kiegészítik (különösen az egyazon újságban megjelenő PR cikkekben kifejti, kiegészíti a direkt hirdetések tartalmát), így sokszor közvetlenül is

¹¹⁴ 178/2002/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet 58. cikkének (1) bekezdésével létrehozott Növények, Állatok, Élelmiszerek és Takarmányok Állandó Bizottság

¹¹⁵ 178/2002/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet 58. cikkének (1) bekezdésével létrehozott Növények, Állatok, Élelmiszerek és Takarmányok Állandó Bizottság

kommunikálva a C-vitamin pozitív egészségtani hatásait. A Novonex több kommunikációs eszközében is utal arra, hogy a C-vitamin pozitív egészségtani hatásait köztudottnak tekinti, így azt külön nem ismétli meg. Az 1924/2006/EK rendelet az egészségre vonatkozó állítások kapcsán úgy fogalmaz, hogy bármely olyan állítás, amely kijelent, sugall vagy sejtet, tehát a definíció alapján elegendő kapcsolatot jelent az, hogy a Novonex állításai sejtetik, sugallják az egészséggel való összefüggést.

226. A definíció harmadik eleme az első két elem közötti kapcsolat. A Novonex kereskedelmi kommunikációjában szereplő állításainak központi eleme – saját nyilatkozata szerint is – a felszívódás, a termék felszívódási hatékonysága. A Novonex kommunikációjában a felszívódás teremti meg a kapcsolatot a Novo C liposzómális C-vitamin, mint termék és a liposzómális C-vitamin, mint hatóanyag valamint az egészség, mint az emberi szervezet normál működése között. Az állítások lényegében a C-vitaminnak az emberi szervezetre gyakorolt hatásával kapcsolatosak; a felszívódás sebességére, minőségére, annak hatékonyságára vonatkoznak.
227. Az OGYÉI azon megállapítását, mely szerint a Bizottsági Munkacsoport ülésén az került megállapításra, hogy a felszívódással kapcsolatos kommunikáció egészségre vonatkozó állításnak minősül, alátámasztja a fentebb hivatkozott 432/2012 EU rendelet által elfogadott közösségi lista tartalma is. Egyértelműen megállapítható ugyanis, hogy a lista tartalmaz a felszívódást elősegítő anyagokra, alkotóelemekre vonatkozóan engedélyezett állításokat:

Összetevő	Engedélyezett állítás
C-vitamin	A C-vitamin fokozza a vas felszívódását.
D-vitamin	A D-vitamin hozzájárul a kalcium és a foszfor normál felszívódásához/hasznosulásához.
Hús vagy hal	A hús vagy a hal egyéb vastartalmú élelmiszerekkel fogyasztva hozzájárul a jobb vasfelszívódáshoz.
Szénhidrát-elektrolit oldatok	A szénhidrát-elektrolit oldatok fokozzák a víz felszívódását a testedzés alatt.

228. Továbbá a Bizottság által vezetett közösségi nyilvántartás tartalmazza az engedélyezett és elutasított állításokat is. A lista „Health relationship”, „Egészséggel való kapcsolat, összefüggés” oszlopából kitűnik, hogy a felszívódás, illetve a felszívódás elősegítése több esetben az emberi egészséggel kapcsolatban álló állításként került értékelésre. Így például

Claim type	Nutrient, substance, food or food category	Claim	Conditions of use of the claim /Restrictions of use /Reasons for non- authorisation	Health relationship	EFSA opinion reference	Commission Regulation	Status	Entry Id
------------	--	-------	---	---------------------	------------------------	-----------------------	--------	----------

Art.1 3 (1)	Carbohydrate-electrolyte solutions	Carbohydrate-electrolyte solutions enhance the absorption of water during physical exercise	In order to bear the claim carbohydrate-electrolyte solutions should contain 80 350 kcal/L from carbohydrates (...)	enhancement of water absorption during exercise	2011;9 (6):22 11	Com mission Regul ation (EU) 432/2 012 of 16/05/ 2012	Authori sed	314, 315, 316, 317, 319, 322, 325, 332, 408, 465, 473, 1168, 1574, 1593, 1618, 4302, 4309
Art.1 3 (1)	Herbal yeast plasmolycate (saccharomyces cerevisiae)	Promotes the absorption of nutrients. Helps the body utilise nutrients obtained from food more effectively.	Non-compliance with the Regulation because on the basis of the scientific evidence assessed, this claimed effect for this food is not sufficiently defined to be able to be assessed and the claim could not therefore be substantiated.	“ Absorption of nutrients ”	2011;9 (6):22 28		Non- authori sed	1814
Art.1 3 (1)	Fructooligosaccharides from sucrose	-fructooligosaccharides/ oligofructose enhance/ promote/ increase magnesium absorption; -fructooligosaccharides/ oligofructose enhance/ promote/ increase calcium absorption; -fructooligosaccharides/ oligofructose support isoflavone activity on bone health	Non-compliance with the Regulation because on the basis of the scientific evidence assessed, this claimed effect for this food has not been substantiated.	increasing calcium and/or magnesium absorption leading to an increase in magnesium and/or calcium retention	2011;9 (4):20 23		Non- authori sed	776

116

229. A Novonex azon érve kapcsán, mely szerint a beviteli módszerből fakadó felszívódással kapcsolatban a Versenytanács még soha nem állapított meg jogsértést,¹¹⁷ az eljáró versenytanács leszögezi, hogy az OGYÉI fentebb idézett szakvéleménye alapján az a következtetés vonható le, hogy minden felszívódásra vonatkozó kommunikáció egészségre vonatkozó hatás állításnak tekintendő, függetlenül attól, hogy a felszívódás a beviteli technológiához, a hatóanyaghoz, vagy egyéb tényezőhöz kapcsolódik.

¹¹⁶ Lásd: http://ec.europa.eu/food/safety/labelling_nutrition/claims/register/public/?event=search

¹¹⁷ VJ/91-151/2016. sz. irat

230. Mindezek alapján megállapítható tehát, hogy a felszívódásra vonatkozó állítások egészségre gyakorolt hatás állítások. Erre tekintettel az eljáró versenytanács nem azt vizsgálta a jelen esetben, hogy az egyes állítások valósak-e önmagukban, hanem azt, hogy azok az ágazati jogszabályok szerint alkalmazhatóak-e, azokat a szakhatóság – jelen esetben az Európai Unió Bizottsága – engedélyezte-e, jóváhagyta-e, értékelte-e egyáltalán. Így a Novonex azon hivatkozása, mely szerint állításai a valóságnak megfelelnek, és azt az OGYÉI szakvéleménye alátámasztja, irreleváns, hiszen az állítások alátámasztására, valóságtartalmának vizsgálatára nem a versenyfelügyeleti eljárásban, hanem egy azt megelőző engedélyeztetési eljárásban kellett volna, hogy sor kerüljön. Ennek hiányában a versenyfelügyeleti eljárás keretei között az állítások valóságtartalma jogszerűen nem igazolható. Az eljáró versenytanács megjegyzi továbbá, hogy az OGYÉI szakvéleményében expressis verbis nem rögzítette azt, hogy a Novonex kommunikációjában szereplő állítások valóságosak lennének, az OGYÉI több helyen fenntartásokat tett¹¹⁸ a Novonex kommunikációjában foglalt állítások kapcsán.
231. A Novonex azon érve kapcsán, mely szerint a Novonex esetében sérül a törvény előtti egyenlőség, megkülönböztetés és egyenlő bánásmód alapelve azáltal, hogy „ugyanolyan tartalmú kommunikáció” vonatkozásában nem indított el a hivatal eljárást,¹¹⁹ az eljáró versenytanács több dolgot is le kíván szögezni.
232. Egyrészt, a Novonex által hivatkozott és becsatolt, más gyártók, forgalmazók felszívódással kapcsolatos állításai nem a jelenlegi ügy tárgya, így azok az állítások a jelenlegi ügy szempontjából irrelevánsak. A hivatkozott állítások továbbá (még) nem képezték versenyfelügyeleti eljárás tárgyát, azok jogszerű vagy jogszerűtlen alkalmazása még nem került megállapításra, így a tényállás azonossága sem állapítható meg a jelen üggyhöz képest. Az eljáró versenytanácsnak nincs olyan kötelezettsége, hogy jogsértés hiányát állapítson meg azért, mert más gyártók, forgalmazók szintén alkalmaznak hasonló – de még nem vizsgált – tartalmú állításokat.
233. A fogyasztók alapvetően többféle termékkategóriába tartozó, különböző minőségű fogyasztási cikkekkel, szolgáltatásokkal találkozhatnak a különböző piacokon. Szigorú elvárások szerint szükséges azt is igazolni, hogy egy termék egészségre vonatkozó vagy bármilyen más pozitív hatással rendelkezik. A hatások ugyanis alapvetően bizalmi jellemzők közgazdasági értelemben: a vásárló, felhasználó még a fogyasztást követően sem tud egyértelműen megbizonyosodni arról, hogy az elért eredmény minek köszönhető és hogy egyáltalán van-e eredmény, volt-e hatás.

¹¹⁸ Lásd: VJ/91-80/2016. sz. irat: „...a liposzómás rendszerek valóban fejlett gyógyszerbeviteli technológiának tekinthetők, de elsősorban nem a C-vitamin bevétele az a farmakológiai probléma, melynek megoldását a liposzómás rendszerek alkalmazásától remélhetjük. A C-vitamin esetében a technológia alkalmazásának indokoltsága – az emberi egészségre gyakorolt hatás szempontjából – nem bizonyított (...) Amennyiben a szervezet ellátottsága megfelelő, a szervezetnek nem kell hasznosítania a főlegben lévő mennyiségű anyagokat. Az, hogy elfogyasztott vitaminok egy része a vizeletbe kerül, gazdasági szempontból talán aggályos, de élettanilag teljesen természetes folyamat.” Illetve a „Nem nagy dózisokat kell szedni...” kezdetű állítás kapcsán: „A szöveggörnyezetből kiragadva az állítás nyilvánvalóan nem lehet igaz, hiszen a javasolt napi beviteli értékek szintje alatti (például a nullához közelítő) dózisok adagolása esetén előbb-utóbb biztosan hiányállapot fog kialakulni, függetlenül a felszívódás hatékonyságától. Ha nincs elegendő bevitt C-vitamin mennyiség, akkor a jobb felszívódás sem tudja ezt kompenzálni, tehát a bevitt dózis és a felszívódás hatékonysága együttesen számít.”

¹¹⁹ VJ/91-192/2016. sz. irat 10-11. oldal, 10-11. bekezdés

234. Az a piaci szereplő tehát, aki valótlan, jogilag nem megfelelően igazolt hatásokat tulajdonít termékének, jogsértést követ el. Amennyiben ez a jogsértés az emberi egészséggel kapcsolatos, különösen jelentős súlyúnak minősülhet.

235. Az eljáró versenytanács utal arra, hogy az egyes piaci szereplőknek a kereskedelmi gyakorlatuk során az alábbi – az OGYÉI honlapján is kifejezetten tájékoztatási céllal, a vállalkozások számára is összefoglalt – elvekre, rendelkezésekre is figyelemmel kell lennie, mely szerint:¹²⁰

- a 1924/2006/EK rendelet szabályozza az élelmiszerekkel kapcsolatos, tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó állításokat. A rendelet 2007. január 18-án lépett hatályba és 2007. július 1-től kell alkalmazni,
- a rendelet hatálya kiterjed a teljes kereskedelmi kommunikációra, vagyis a végső fogyasztó felé felkínált élelmiszerekkel kapcsolatos tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó állításokra, amelyeket
 - a termékek jelölése,
 - megjelenítése,
 - reklámozása során alkalmaznak, beleértve
 - az állításként értelmezhető kereskedelmi-, márka-, és fantázianeveket is;
- a rendelet alkalmazásában
 - az állítás az olyan közlés vagy ábrázolás – beleértve a képi, grafikus vagy jelképes ábrázolás bármely formáját –, amely a közösségi vagy nemzeti jogszabályok szerint nem kötelező, és amely kijelenti, sugallja vagy sejteti, hogy az élelmiszer különleges jellemzőkkel rendelkezik;
 - az egészségre vonatkozó állítás bármely olyan állítás, amely kijelenti, sugallja vagy sejteti, hogy az adott élelmiszer, élelmiszercsoport vagy annak valamely alkotóeleme és az egészség között összefüggés van;
- a rendelet értelmében csak engedélyezett állítások alkalmazhatók, az állításokkal szemben megfogalmazott alapvető követelmény, hogy azok
 - nem vezethetik félre a fogyasztót,
 - nem ösztönözhetnek túlzott élelmiszerfogyasztásra,
 - nem kelhetnek kétséget más élelmiszerek fogyaszthatósága iránt,
 - nem kelhetnek félelmet a fogyasztóban,
 - nem sugallhatják azt, hogy a kiegyensúlyozott és változatos étrend nem biztosít megfelelő mennyiségű tápanyagot.
- az állításokat általánosan elfogadott tudományos bizonyítékokra kell alapozni, azokkal kell alátámasztani,

¹²⁰https://www.ogyei.gov.hu/az_elelmiszerekkel_kapcsolatos_tapanyag_osszetelre_es_egeszsegre_vonatkozo_allitasok_2

- az állítások tudományos igazolása az állítást alkalmazó élelmiszeripari vállalkozó feladata,
- az állítások csak abban az esetben alkalmazhatók, ha tápanyag, vagy egyéb biológiailag fontos anyag
 - jelenléte, hiánya, csökkent, vagy növelt mennyisége bizonyítottan előnyös táplálkozási vagy élettani hatással rendelkezik,
 - jelentős mennyiségben van jelen, illetve nincs jelen, csökkent, vagy növelt mennyiségben van jelen a késztermékben, illetve annak fogyasztott mennyiségében,
 - a szervezet számára hasznosítható formában van jelen,
- az állításokat a fogyasztó számára érthetően kell megfogalmazni,
- az állításoknak a fogyasztásra elkészített késztermékre kell vonatkozniuk,
- az egészségre vonatkozó állítások két csoportra oszthatók: funkcionális állításokra (13. cikk) és a betegségek kockázatának csökkentésével kapcsolatos állításokra (14. cikk),
- a funkcionális állítások olyan állítások, amelyek az alábbiak leírását vagy említését tartalmazzák:
 - a tápanyag vagy egyéb anyag szerepe a növekedésben, fejlődésben és a szervezet működésében, vagy
 - pszichés állapot és magatartás, vagy
 - fogyás vagy testtömeg-kontroll, illetve az éhségérzet csökkentése vagy a jóllakottság érzés növelése, vagy az étrendből hasznosítható energiamennyiség csökkentése.
- a tagállamok 2008. január 31-ig a Bizottság rendelkezésére bocsátották az általános tudományos ismereteken alapuló egészségre vonatkozó állítások listáját a rájuk vonatkozó feltételekkel és a vonatkozó tudományos alátámasztásra való hivatkozásokkal együtt,
- a Bizottság 2012-ben fogadta el a fenti állítások engedélyezett közösségi listáját (432/2012/EU rendelet),
- a listára nem benyújtott, újonnan felfedezett tudományos bizonyítékokon alapuló és/vagy védett adatokat tartalmazó 13. cikk (5) bekezdés szerinti funkcionális egészségre vonatkozó állításokat, továbbá a betegségek kockázatának csökkentésével, valamint a gyermekek egészségével és fejlődésével kapcsolatos állításokat a rendeletben szabályozott engedélyezési eljárást követően lehet alkalmazni,
- Magyarországon a kérelmet az OGYÉI-hez, mint kompetens hatósághoz kell benyújtani.

236. A vizsgált magatartással kapcsolatos joggyakorlat értelmében

- betegség megelőzésére, gyógyítására vagy kezelésére vonatkozó tulajdonság élelmiszereknek, illetve étrend-kiegészítőnek nem tulajdonítható,
- tápanyag-összetételre vonatkozó állítás kizárólag a jogszabályi előírások szerint tehető egy élelmiszerral kapcsolatban,

- betegségek kockázatának csökkentésével vagy a gyermekek egészségével és fejlődésével kapcsolatos egészségre vonatkozó állítás élelmiszerrel, étrend-kiegészítővel összefüggésben csak abban az esetben alkalmazható, ha az a jogszabályok szerinti külön eljárásban engedélyezésre kerül,
- nem a betegségek kockázatának csökkentésével vagy a gyermekek egészségével és fejlődésével kapcsolatos egészségre vonatkozó állítás élelmiszer, illetve étrend-kiegészítő vonatkozásában történő alkalmazására csak a jogszabályok, s különösen a 1924/2006/EK rendelet által rögzített feltételek szerint, az azokban megszabott eljárásrend tiszteletben tartásával van lehetőség,
- a 1924/2006/EK rendelet (illetve a 432/2012/EU rendelet) rendelkezéseiből következően az élelmiszerek vonatkozásában az egészségre vonatkozó állítások generálisan tiltottak, kivéve, ha azok a 1924/2006/EK rendeletben meghatározott konjunktív feltételeknek megfelelnek és az engedélyezett állítások listáján szerepelnek.

237. Az élelmiszerekkel kapcsolatban alkalmazott állítások vállalkozások általi igazolására a jogszabályi tilalmak, korlátok között kerülhet sor. Egy állítás GVH előtti eljárásban történő igazolása nem vezethet olyan eredményre, amely (következményeit is tekintve) ellentétes a vonatkozó ágazati jogi szabályozással. Ennek megfelelően egy, a GVH előtt folyamatban lévő eljárás nem eredményezheti, hogy az élelmiszernek egészségre vonatkozó állítás lenne tulajdonítható a jogszabályok által rögzített feltételek teljesülésének hiányában, a jogszabályokban megszabott eljárásrend tiszteletben tartásának mellőzésével. Így a vállalkozásnak a GVH előtti eljárásban az igazolási kötelezettsége elsősorban arra terjed ki, hogy az állítás alkalmazására a jogszabályi előírásokkal összhangban került sor.

238. Egészségre gyakorolt jótékony, kedvező hatása annak a terméknek van, amely képes az életműködés zavartalanosságára, az egészségre kedvező hatást gyakorolni, amely hozzájárul a normál állapothoz. Az egészségre gyakorolt hatás állítások azt sugallják a fogyasztónak, hogy a termék használata és az egészség között összefüggés van, de nem állítják azt, hogy a termék alkalmas betegségek, illetve az emberi szervezet működési zavarai vagy rendellenességei gyógyítására.

239. Az egyes egészségre vonatkozó hatás állítások jogszerű alkalmazásához a Novonex-nek tehát az Fttv. és az 1169/2011/EU rendelet értelmében azt kellene bizonyítékokkal alátámasztania a versenyfelügyeleti eljárásban, hogy az általa alkalmazott, az adott ügyben vizsgált egészségre vonatkozó állítások

- a Bizottság által engedélyezett [az 1924/2006/EK rendelet 13. cikk (3) bekezdésében meghatározott] közösségi listán szerepelnek, vagy
- a Bizottság által még nem értékelt állítások esetén az EFSA által kezelt ún. konszolidációs listán szerepelnek, vagy
- amennyiben az állítás sem a közösségi, sem a konszolidációs listán nem szerepel, a vállalkozás egyedi kérelem benyújtásával az állítás listára történő felvételét kérte, az 1924/2006/EK rendelet 15. és 18. cikkében foglalt előírások szerint, és azt a Bizottság elfogadta, vagy az átmeneti rendelkezések szerint az értékelés még folyamatban van.¹²¹

¹²¹ Elutasító bizottsági határozat esetén a határozat meghozatalától számított további hat hónapig alkalmazható.

240. Az eljáró versenytanács az alábbiakban az egyes vizsgált állításokat külön-külön is értékeli.

VIII.4.2. „A liposzómális technológia lehetővé teszi a C-vitamin kiváló hasznosulását a szervezetben.”

241. Az állítás üzenete az, hogy a liposzómális technológia folytán a C-vitamin eredményesen szívódik fel a szervezetben. Az állítás tehát alapvetően C-vitamin hasznosulására, felszívódására, mint egészségre gyakorolt hatásra, valamint magára a technológiára vonatkozik.

242. Az eljáró versenytanács a fenti állítással azonos tartalmúnak tekintette például a következő állításokat: „a liposzómális C-vitamin több mint 93%-ban szívódott fel a szervezetben”,¹²² „a liposzómális technológiával előállított C-vitaminnal gyakorlatilag intravénás minőségű C-vitamin-szint érhető el, mivel a felszívódási hatékonysága csaknem 100%-os”¹²³, „a liposzómális C-vitamin a C-vitamint olyan formában tartalmazza, hogy az képes legyen közel 100%-os hatékonysággal felszívódni a véráramba, majd onnan célzottan a sejtekbe.”¹²⁴

243. A rendelkezésre álló információk alapján megállapítható, hogy sem a liposzómális technológiával, sem a C-vitaminnal kapcsolatban nem szerepel az idézett állításhoz hasonló állítás az engedélyezett állítások között. Megállapítható továbbá, hogy a Novonex arra vonatkozóan nem nyújtott be bizonyítékot, amely szerint egyedi kérelemmel fordult volna a Bizottság felé az állítással kapcsolatban. Így az állítás jogszerűen nem alkalmazható.

244. Az eljáró versenytanács a Novonex által benyújtott bizonyítékokat (Szakértői összefoglaló,¹²⁵ Max Health Lab anyag,¹²⁶ Tanulmányra vonatkozó álláspont¹²⁷) önmagukban nem tudja elfogadni, hiszen a GVH eljárása nem vezethet az EFSA, illetve a Bizottság eljárásával ellentétes eredményre. Az állítás szakmai szempontból történő értékelését az EFSA végzi el, az állítás alkalmazhatóságáról pedig a Bizottság dönt.

245. Az eljáró versenytanács rögzíteni kívánja a Novonex azon érve kapcsán, mely szerint az OGYÉI megállapítása szerint a kiváló C-vitamin hasznosulás állítás nem kifogásolható,¹²⁸ hogy az OGYÉI megállapítása csak akkor lenne figyelembe vehető, amennyiben az állítás nem minősülne egészségre gyakorolt hatás állításnak. Mivel azonban az állítás egészségre gyakorolt hatás állításnak tekintendő, első lépésként az eljárási szabályok tiszteletben tartása vizsgálendő. Amennyiben az állítás sem a közösségi, sem a konszolidációs listán nem szerepel, és a vállalkozás egyedi kérelem benyújtását sem igazolta, úgy az Fttv. 14. §-a alapján az állítás tartalmának alátámasztására jogszerűen nem kerülhet sor.

246. A fentiek alapján az egészségre gyakorolt hatást megfogalmazó „A liposzómális technológia lehetővé teszi a C-vitamin kiváló hasznosulását a szervezetben” állítással és az ezzel egyező üzenetű állításokkal a Novonex megsértette az 1169/2011/EU rendelet 7. cikkének (1) bekezdésének b) pontjában foglaltakat, valamint megvalósította Fttv. 6. §-ának

¹²² Lásd például: VJ/91-2/2016. sz. irat 6.1. melléklet 37. oldalán található PR cikk

¹²³ Lásd például: VJ/91-2/2016. sz. irat 6.1. melléklet 37. oldalán található PR cikk

¹²⁴ Lásd például: VJ/91-2/2016. sz. irat 7. melléklet 15. oldalán található PR cikk

¹²⁵ VJ/91-54/2016. sz. irat 5. sz. melléklete

¹²⁶ VJ/91-54/2016. sz. irat 3. sz. melléklete

¹²⁷ VJ/9-6/2016. sz. irat

¹²⁸ VJ/91-151/2016. sz. irat

(1) bekezdés b) pontjának bj) alpontjában foglaltakat, és ezzel megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében foglalt tilalmat.

VIII.4.3. „A liposzómális technológia a ma ismert egyik legfejlettebb technológia a C-vitamin sejtekhez való célzott eljuttatásában. A tudomány és a természet ötvözésével kiemelkedően magas felszívódást tesz lehetővé a véráramba és a sejtekbe.”

247. Az állítás üzenete az, hogy a liposzómális technológia folytán a C-vitamin eredményesen szívódik fel a szervezetben, és a liposzómális technológia a C-vitamin sejtekhez való eljuttatásának egyik legfejlettebb technológiájának tekinthető. Az állítás tehát az előző állításhoz hasonlóan alapvetően a C-vitamin hasznosulására, felszívódására, eljuttatására, mint egészségre gyakorolt hatásra, valamint magára a technológiára, illetve annak újszerűségére vonatkozik.

248. Az eljáró versenytanács a fenti állítással azonos tartalmúnak tekintette például az alábbi állítást: „Mert míg a hagyományos C-vitaminok esetében csupán a bevitt mennyiség egy része jut el a véráramig, és még kevesebb jut be a sejtekbe, addig a liposzómális C-vitamin a C-vitamint olyan formában tartalmazza, hogy az képes legyen közel 100%-os hatékonysággal felszívódni a véráramba, majd onnan célzottan a sejtekbe. (...) Így jöhet létre egy természetes kötődés a liposzómák és a sejtek között, lehetővé téve, hogy a C-vitamin könnyen átjusson a sejt falon.”¹²⁹

249. A rendelkezésre álló információk alapján megállapítható, hogy sem a liposzómális technológiával, sem a C-vitaminnal kapcsolatban nem szerepel az idézett állításhoz hasonló állítás az engedélyezett állítások között. Megállapítható továbbá, hogy a Novonex arra vonatkozóan nem nyújtott be bizonyítékot, amely szerint egyedi kérelemmel fordult volna a Bizottság felé az állítással kapcsolatban. Így az állítás jogszerűen nem alkalmazható.

250. Az eljáró versenytanács a Novonex által benyújtott bizonyítékokat (Kiegészítő szakértői jelentés,¹³⁰ Tanulmányra vonatkozó álláspont¹³¹) önmagukban nem tudja elfogadni, hiszen a GVH eljárása nem vezethet az EFSA, illetve az Európai Bizottság eljárásával ellentétes eredményre. Az állítás szakmai szempontból történő értékelését az EFSA végzi el, az állítás alkalmazhatóságáról pedig a Bizottság dönt.

251. A technológia újszerűségével kapcsolatban az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy az OGYÉI szakvéleményében¹³² egyértelműen rögzítette, hogy – habár maga a liposzómális technológia fejlett gyógyszerbeviteli technológiának tekinthető – a technológiát alapvetően nem a C-vitamin sejtekhez való eljuttatásában használják, ráadásul a C-vitamin esetében a technológia alkalmazásának indokoltsága nem bizonyított, ezért az állításnak az a része, hogy „A liposzómális technológia a ma ismert egyik legfejlettebb technológia a C-vitamin sejtekhez való célzott eljuttatásában” nem tekinthető igazoltnak.

252. A fentiek alapján az egészségre gyakorolt hatást megfogalmazó „A liposzómális technológia a ma ismert egyik legfejlettebb technológia a C-vitamin sejtekhez való célzott eljuttatásában. A tudomány és a természet ötvözésével kiemelkedően magas felszívódást tesz lehetővé a véráramba és a sejtekbe.” állítással és az ezzel egyező üzenetű állításokkal a

¹²⁹ Lásd például: VJ/91-2/2016. sz. irat 10. melléklet 11. oldal

¹³⁰ VJ/91-54/2016. sz. irat 1. melléklete

¹³¹ VJ/9-6/2016. sz. irat

¹³² VJ/91-80/2016. sz. irat

Novonex megsértette az 1169/2011/EU rendelet 7. cikkének (1) bekezdésének b) pontjában foglaltakat, valamint megvalósította Fttv. 6. §-ának (1) bekezdés b) pontjának bj) alpontjában foglaltakat, és ezzel megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében foglalt tilalmat.

VIII.4.4. „Klinikailag igazolt felszívódási hatékonyság”

253. A „Klinikailag igazolt felszívódási hatékonyság” állítással kapcsolatban megállapítható, hogy az a termékre vonatkozó általános állítás, így csak abban az esetben közölhető, ha engedélyezett (összetevőhöz kapcsolódó) egyedi állítás is kíséri. Jelen esetben az összetevő a C-vitamin, azonban kifejezetten ehhez kapcsolódó engedélyezett egyedi állítás nem kíséri a vizsgált állítást.
254. Az eljáró versenytanács a fenti állítással azonos tartalmúnak ítélte például a következő állítást: *„A liposzómális technológiát a különböző kutatásokban kimutatott hatékonyságának és számos előnyének köszönhetően – mára már számos esetben alkalmazzák. Terápiás értékét azóta is számtalan tudományos vizsgálat bizonyította.”*¹³³
255. A rendelkezésre álló információk alapján megállapítható, hogy egyrészt a C-vitaminnal kapcsolatban nem szerepel az idézett állításhoz hasonló állítás az engedélyezett állítások között, másrészt engedélyezett egyedi állítás sem kíséri a vizsgált állítást. Megállapítható továbbá, hogy a Novonex arra vonatkozóan nem nyújtott be bizonyítékot, amely szerint egyedi kérelemmel fordult volna a Bizottság felé az állítással kapcsolatban. Így az állítás jogszerűen nem alkalmazható.
256. Az eljáró versenytanács a Novonex által benyújtott bizonyítékot (Klinikai tanulmány¹³⁴) önmagában nem tudja elfogadni, hiszen a GVH eljárása nem vezethet az EFSA, illetve a Bizottság eljárásával ellentétes eredményre. Az állítás szakmai szempontból történő értékelését az EFSA végzi el, az állítás alkalmazhatóságáról pedig a Bizottság dönt.
257. A fentiek alapján az egészségre gyakorolt hatást megfogalmazó „Klinikailag igazolt felszívódási hatékonyság” állítással és az ezzel egyező üzenetű állításokkal a Novonex megsértette az 1169/2011/EU rendelet 7. cikkének (1) bekezdésének b) pontjában foglaltakat, valamint megvalósította Fttv. 6. §-ának (1) bekezdés b) pontjának bj) alpontjában foglaltakat, és ezzel megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében foglalt tilalmat.

VIII.4.5. „1000 mg hagyományos C-vitaminnál akár a C-vitamin 80%-a kiürül anélkül, hogy a szervezet hasznosítani tudná”

258. Az eljáró versenytanács szerint az állítás üzenete az, hogy 1000 mg hagyományos C-vitamin 80%-a nem képes felszívódni. Az állításban tehát a hagyományos C-vitaminokkal kapcsolatban tesz egy negatív állítást a hagyományos C-vitaminok egészségre gyakorolt hatásával kapcsolatban.
259. A rendelkezésre álló információk alapján megállapítható, hogy sem a C-vitaminnal, sem a „hagyományos C-vitaminokkal” kapcsolatban nem szerepel az idézett állításhoz hasonló állítás az engedélyezett állítások között. Megállapítható továbbá, hogy a Novonex arra vonatkozóan nem nyújtott be bizonyítékot, amely szerint egyedi kérelemmel fordult volna a Bizottság felé az állítással kapcsolatban. Így az állítás jogszerűen nem alkalmazható.

¹³³ Lásd például: VJ/91-2/2016. sz. irat 6.1. melléklet 37. oldalán található PR cikk

¹³⁴ VJ/91-54/2016. sz. irat 2. sz. melléklete

260. Az eljáró versenytanács a Novonex által benyújtott bizonyítékot (Összefoglaló jelentés¹³⁵) önmagában nem tudja elfogadni, hiszen a GVH eljárása nem vezethet az EFSA, illetve a Bizottság eljárásával ellentétes eredményre. Az állítás szakmai szempontból történő értékelését az EFSA végzi el, az állítás alkalmazhatóságáról pedig az Európai Bizottság dönt.
261. A fentiek alapján az egészségre gyakorolt hatást megfogalmazó „1000 mg hagyományos C-vitaminnál akár a C-vitamin 80%-a kiürül anélkül, hogy a szervezet hasznosítani tudná” állítással a Novonex megsértette az 1169/2011/EU rendelet 7. cikkének (1) bekezdésének b) pontjában foglaltakat, valamint megvalósította az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdés b) pontjának bj) alpontjában foglaltakat, és ezzel megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében foglalt tilalmat.

VIII.4.6. „forradalmi áttörés a C-vitamin felszívódásában”

262. A „forradalmi áttörés a C-vitamin felszívódásában” állítással kapcsolatban megállapítható, hogy azt a Gazdasági Versenyhivatal a VJ/48/2014. számú versenyfelügyeleti eljárásban már vizsgálta.
263. Megállapítható, hogy az eljáró versenytanács a VJ/48-74/2014. számú határozatának 126. pontjában¹³⁶ kifejtette, hogy nem értékelte a „forradalmi áttörés a C-vitamin felszívódásában” szlogenszerű állítást, mivel a szövegkörnyezet alapján nem volt egyértelmű az, hogy kifejezetten a Novonex készítményére vonatkozik.
264. Ugyan a hivatkozott határozat 126. pontjában az eljáró versenytanács kiemelte, hogy a szlogenszerű állítást nem értékelte, ugyanakkor azt is megjegyezte, hogy a „forradalmi áttörés” kifejezés más esetekben a hagyományos, vagy szájon át szedhető készítményekkel való összehasonlítás bevezetőjeként szerepel, ilyen esetben valótlan, de legalábbis nem bizonyított, jogsértőnek minősülő állítás.
265. Továbbá a VJ/28-35/2016. számú végzés 35. pontja szerint: „az eljáró versenytanács felhívja a figyelmet arra, hogy az eljárás alá vont által követett kommunikációs gyakorlatában esetlegesen alkalmazott és jelen eljárásban nem vizsgált állítások helyállóságának vizsgálata új versenyfelügyeleti eljárás tárgyát képezheti csak, azok értékelésére az utóvizsgálat keretén belül nincs lehetőség.”
266. A fentiek alapján az eljáró versenytanács álláspontja szerint a kereskedelmi kommunikáció kialakításakor és a kifejezés kereskedelmi kommunikációban történő használatakor a Novonex különös körültekintéssel köteles eljárni, kiemelt figyelemmel az egészségre gyakorolt hatás állításokra vonatkozó ágazati szabályozásra is.
267. A fentiekre tekintettel a Novonex azon nyilatkozatát, amely szerint a Gazdasági Versenyhivatal az állítással kapcsolatban nem állapított meg jogsértést, az eljáró versenytanács elfogadni nem tudta.
268. A jelen versenyfelügyeleti eljárásban az állítás egészségre vonatkozó hatás állításként került vizsgálatra tekintettel arra, hogy a termék C-vitamin felszívódásával kapcsolatos üzenetet közvetít a fogyasztók felé a Novonex készítményével kapcsolatban.

¹³⁵ VJ/91-54/2016. sz. irat 4. sz. melléklete

¹³⁶ VJ/91-131/2016. számú irat

269. Az eljáró versenytanács megállapította, hogy ezen az állításon kívül a vizsgált kereskedelmi gyakorlat olyan lényegében egyező üzenetű állításokat is tartalmaz, mint például: „Az új Novo C plus liposzómális C-vitamin forradalmi áttörés a C-vitaminok között”, illetve „A liposzómális C-vitamin forradalmi áttörés a C-vitaminok között”.¹³⁷
270. Az állítás üzenete az, hogy a fogyasztóknak a liposzómális technológiával előállított C-vitamint érdemes használniuk, mert a C-vitamin tartalma jelentős mértékben képes felszívódni a szervezetbe és ezért hatékonyabb/hatásosabb, mint más készítmények. Továbbá a szöveggörnyezetből megállapítható, hogy a forradalmi áttörés üzenete a felszívódásra vonatkozik. Az állítás tehát egészségre gyakorolt hatás állításnak tekintendő.
271. A rendelkezésre álló információk alapján megállapítható, hogy sem a liposzómális technológiával, sem a C-vitaminnal vagy annak felszívódásával kapcsolatban nem szerepel az idézett állításhoz hasonló állítás az engedélyezett állítások között. Megállapítható továbbá, hogy a Novonex arra vonatkozóan nem nyújtott be bizonyítékot, amely szerint egyedi kérelemmel fordult volna a Bizottság felé az állítással kapcsolatban. Így az állítás jogszerűen nem alkalmazható.
272. Az eljáró versenytanács a Novonex által benyújtott bizonyítékokat (Kiegészítő szakértői jelentés¹³⁸) önmagukban nem tudja elfogadni, hiszen a GVH eljárása nem vezethet az EFSA, illetve az Európai Bizottság eljárásával ellentétes eredményre. Az állítás szakmai szempontból történő értékelését az EFSA végzi el, az állítás alkalmazhatóságáról pedig az Európai Bizottság dönt.
273. A fentiek alapján a liposzómális C-vitamint forradalmian újszerűként bemutató, az egészségre gyakorolt hatást megfogalmazó állításával és az ezzel egyező üzenetű állításokkal a Novonex megsértette az 1169/2011/EU rendelet 7. cikkének (1) bekezdésének b) pontjában foglaltakat, valamint megvalósította Fttv. 6. §-ának (1) bekezdés b) pontjának bj) alpontjában foglaltakat, és ezzel megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében foglalt tilalmat.

VIII.4.7. „Nem nagy dózisokat kell szedni, hanem olyan készítményt, melynek a C-vitamin tartalma valóban hatékonyan képes felszívódni a szervezetbe. A liposzómális technológiával előállított C-vitamin ebből a szempontból újdonságnak számít.”

274. Az állítás üzenete az, hogy a fogyasztóknak a liposzómális technológiával előállított C-vitamint érdemes használniuk, mert a C-vitamin tartalma jelentős mértékben képes felszívódni a szervezetbe és ezért hatékonyabb/hatásosabb, mint más készítmények.
275. Az eljáró versenytanács a fenti állítással hasonló tartalmúnak minősítette például az alábbi állításokat: „A liposzómális C-vitamin forradalmi áttörés a C-vitaminok között. (...) Mindegy, mennyit viszünk be, a C-vitamin sérülés és veszteség nélkül, könnyen eljut az emésztőszervekig, ahol csaknem 100%-os hatékonysággal szívódik fel a véráramba, majd onnan a sejtekbe. (...) A dózisok akár csökkenthetők is, hiszen a teljes hatóanyag-mennyiség eljut oda, ahol ténylegesen hatnia kell. És ez a fő különbség a hagyományos C-vitaminokhoz képest, amelyek esetében csupán a bevitt mennyiség kis része jut el a véráramig, és még kevesebb jut be a sejtekbe”¹³⁹, „A lényeg nem a nagy dózisokon van, hanem azon, hogy mekkora mennyiség képes felszívódni a vékonybélből a véráramba (biológiai hasznosulás) és

¹³⁷ Lásd például: VJ/91-2/2016. sz. irat 6.1. melléklet 37. oldalán található PR cikk

¹³⁸ VJ/91-54/2016. sz. irat, VJ/91-54/2016. sz. irat 4. melléklete

¹³⁹ Lásd például: VJ/91-2/2016. sz. irat 6.1. melléklet 37. oldalán található PR cikk

a véráramból mekkora mennyiség képes felszívódni a sejtekbe (celluláris hasznosulás). A liposzómális technológiával előállított C-vitamin ebből a szempontból forradalmi áttörés a C-vitaminok között.”¹⁴⁰ „A liposzómális C-vitamin esetében nagyobb dózis szedése esetén sem kell azon aggódni, hogy a C-vitamint a fürdőszobában „látjuk viszont”, mivel nem ürül ki a szervezetből. De a dózisok akár csökkenthetők is, hiszen a teljes hatóanyag mennyiség eljut oda, ahol ténylegesen hatnia kell.”¹⁴¹

276. A rendelkezésre álló információk alapján megállapítható, hogy sem a liposzómális technológiával, sem a C-vitaminnal vagy annak felszívódásával kapcsolatban nem szerepel az idézett állításhoz hasonló állítás az engedélyezett állítások között. Megállapítható továbbá, hogy a Novonex arra vonatkozóan nem nyújtott be bizonyítékot, amely szerint egyedi kérelemmel fordult volna a Bizottság felé az állítással kapcsolatban. Így az állítás jogszerűen nem alkalmazható.

277. Az eljáró versenytanács a Novonex által benyújtott bizonyítékokat (Kiegészítő szakértői jelentés¹⁴²) önmagukban nem tudja elfogadni, hiszen a GVH eljárása nem vezethet az EFSA, illetve az Európai Bizottság eljárásával ellentétes eredményre. Az állítás szakmai szempontból történő értékelését az EFSA végzi el, az állítás alkalmazhatóságáról pedig az Európai Bizottság dönt.

278. A fentiek alapján az egészségre gyakorolt hatást megfogalmazó „Nem nagy dózisokat kell szedni, hanem olyan készítményt, melynek a C-vitamin tartalma valóban hatékonyan képes felszívódni a szervezetbe. A liposzómális technológiával előállított C-vitamin ebből a szempontból újdonságnak számít.” állítással és az ezzel egyező üzenetű állításokkal a Novonex megsértette az 1169/2011/EU rendelet 7. cikkének (1) bekezdésének b) pontjában foglaltakat, valamint megvalósította Fttv. 6. §-ának (1) bekezdés b) pontjának bj) alpontjában foglaltakat, és ezzel megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében foglalt tilalmat.

VIII.5. A piacelsőségre vonatkozó állítások

VIII.5.1. „a leghatékonyabb felszívódásért”

279. Az eljáró versenytanács megállapította, hogy a VJ/48-74/2014. számú határozat meghozatala óta a „leghatékonyabb felszívódásért” állítás szövegkörnyezetében jelentős változás nem állt be. Az állítást a Novonex önállóan, szlogenszerűen alkalmazza, mely esetében nem állapítható meg, hogy az kifejezetten a Novonex készítményére, a felszívódás magas mértékére, vagy csupán a Novonex célkitűzésére utal.

280. Mivel a jelen eljárásban sem került sor a fentiek tekintetében részletesebb bizonyításra, az eljáró versenytanács továbbra is irányadónak tekinti a VJ/48-74/2014. számú határozat 126. pontjában foglalt megállapításokat, és „a leghatékonyabb felszívódásért” állításra vonatkozóan az eljárást a Ket. 31. § (1) bekezdés i) pontja alapján megszünteti.

VIII.5.2. „a legnépszerűbb hosszan tartó hatású C-vitamin készítményhez képest”

281. Az állítás a hirdetésben lábjegyzetként került feltüntetésre, * jelölést követően. A teljes állítás a következő volt: „átlagosan 4x magasabb C-vitamin szint emelkedés*” „*a legnépszerűbb hosszan tartó hatású C-vitamin készítményhez képest, a bevitt C-vitamin

¹⁴⁰ Lásd például: VJ/91-2/2016. sz. irat 10. melléklet 11. oldalán található PR cikk

¹⁴¹ Lásd például: VJ/91-2/2016. sz. irat 10. melléklet 11. oldalán található PR cikk

¹⁴² VJ/91-54/2016. sz. irat, VJ/91-54/2016. sz. irat 4. melléklete

tartalomra és alapszintre normalizált átlagos vérszint emelkedés vizsgálata alapján, 1h-12h időtartam alatt” valamint „2015-ben végzett vizsgálat igazolja, hogy a Novo C plus átlagosan 4-szer magasabb C-vitaminszint emelkedést biztosít a legnépszerűbb hosszan tartó hatású C-vitamin készítményhez képest, a bevitt C-vitamin tartalomra és az alapszintre normalizált átlagos vérszint emelkedés vizsgálata alapján, 1h-12h időtartam alatt.”

282. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a teljes állítás üzenete az, hogy négyszer magasabb C-vitamin szint emelkedést eredményez a Novonex terméke a legnépszerűbb hosszan tartó hatású C-vitamin készítményhez képest.
283. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a piacelsőségi állítások a joggyakorlat értelmében abszolút elsőséget kifejező, felsősokú jelzõt tartalmazó vagy szuperlatívuszokkal, kivételességet sugalló jelzőkkel ellátott állítások, melyekben az állítást tevő a piac egészére vonatkozóan nyilatkozik. Jelen esetben a Novonex nem a piac egészére vonatkozóan nyilatkozik, csupán egyetlen készítményhez képest határozza meg a saját terméke pozícióját. Ahhoz a termékhez képest, melyet a fogyasztók a leginkább vásárolnak, tehát a legnépszerűbbnek tartanak a hosszan tartó hatású C-vitaminok közül. A Novonex ugyanakkor a piacelsőségi állítás definíciójából kifolyólag megkövetelt felsőfokú jelzős szerkezetet nem a saját termékére vonatkoztatja. Ezért a konkrét ügyben felmerült bizonyítékok kontextusában az eljáró versenytanács arra a következtetésre jutott, hogy nem egyértelmű, hogy az állítást a fogyasztók piacelsőségi állításként értékelik-e.
284. A Novonex előadta, hogy a reklámjában a Cetebéhez képest kívánja saját termékét pozícionálni.¹⁴³ Az eljáró versenytanács szerint azonban a fogyasztók körében nem tekinthető közismert ténynek az, hogy a legnépszerűbb hosszan tartó hatású C-vitamin a Cetebe, így az állítás nem értékelhető összehasonlító reklámként sem.
285. Mindezekre tekintettel az eljáró versenytanács „a legnépszerűbb hosszan tartó hatású C-vitamin készítményhez képest” állítás tekintetében az eljárást a Ket. 31. § (1) bekezdés i) pontja alapján megszünteti.

VIII.6. Szerkesztői tartalomnak álcázott reklám

286. A GVH gyakorlata szerint az Fttv. mellékletének 11. pontjában foglalt rendelkezés értelmében tilalmazott valamely áru értékesítésének vagy más módon történő igénybevételenek 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.¹⁴⁴
287. A Versenytanács gyakorlata során több ízben foglalkozott már szerkesztői tartalomnak álcázott reklámokkal, és letette a jogi értékelés alapjait e jogsértő tevékenységgel kapcsolatban. A Vj/60/2011. sz. ügyben megállapította az eljáró versenytanács, hogy a szerkesztői tartalomnak álcázott reklám alkalmas arra, hogy a fogyasztók képzettársításait (image) egy vállalkozással kapcsolatban befolyásolja. A kedvező image versenyelőnyt jelent,

¹⁴³ VJ/91-8/2016. sz. irat

¹⁴⁴ Vj/47-60/2011. sz. határozat 54. pontja, Vj/51-28/2010. sz. határozat 19. pontja, VJ/90-160/2015. sz. határozat 667. pontja

a reklám pedig alkalmas arra, hogy hozzájáruljon a vállalkozás image-ének a kialakulásához, annak fenntartásához, erősítéséhez. A Vj/51/2010. sz. ügyben hozott határozat kimondta, hogy a kereskedelmi kommunikációért fizetett ellenszolgáltatás tényének az Fttv. alapján egyértelműen ki kell tűnnie a fogyasztó számára, és az ellenszolgáltatás nyújtása akkor is megállapítható, ha a felek megállapodása alapján barter ügylet keretében kerül sor. A Vj/47/2011. sz. ügyben az eljáró versenytanács kiemelte, hogy a szerkesztői tartalomnak álcázott reklám megállapítása körében lényegtelen, hogy a tájékoztatás milyen objektív tartalommal bír, és megállapításának az sem feltétele, hogy a reklámban közvetlenül megjelenjen az értékesítendő áru, elegendő a fogyasztók által is felismerhetően reklámként megjelenő kereskedelmi kommunikáció tartalmához kapcsolódó, az abban foglaltakat támogató tartalma. A Vj/5/2012. sz. ügyben került kifejtésre, hogy a fizetett cikkekkel szemben elvárás, hogy azok egyértelmű üzenettel, közvetlenül értelmezhető módon jutassák a fogyasztók tudomására, hogy reklámról van szó a formától és tartalomtól függetlenül.¹⁴⁵

288. A Versenytanács több ügyben¹⁴⁶ is megállapította a kiadók felelősségét az Fttv. 9. §-ának (3) bekezdése alapján az Fttv. melléklete 11. pontját megvalósító, fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt. Az Fttv. 9. §-ának (3) 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) bekezdés szerinti vállalkozás utasításának végrehajtásából ered. Az Fttv. mellékletének 11. pontja esetében a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelensége a kereskedelmi kommunikáció megjelenítési módjából ered, s ha a reklámozó vállalkozás arra vonatkozóan nem adott utasítást a kiadónak, hogy a formai megjelenés miképpen történjék, a kiadó felelőssége is fennáll az álcázott szerkesztői tartalom közzétételéért.

289. A GVH nyomtatott sajtótermékekben megjelenő, szerkesztői tartalomnak látszó kereskedelmi kommunikációk megítélésével kapcsolatos gyakorlata, jogértelmezése régóta ismert. A Versenytanács elvi jelentőségű döntései¹⁴⁷ között is számos megállapítás található az Fttv. mellékletének 11. pontjával kapcsolatban:

- 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

¹⁴⁵ VJ/90-160/2015. sz. határozat 668. pontja

¹⁴⁶ Vj/47/2011., Vj/60/2011., Vj/5/2012

¹⁴⁷ http://www.gvh.hu/jogi_hatter/magyar_piacra_iranyado_szabalyozas/elvi_jelentosegu_dontesek?query=elvi+d%C3%B6nt%C3%A9sek

meggyőző erővel bírhat, mint az értékesítésében érdekelt vállalkozás reklámja. 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.

- Az Fttv. mellékletének 11. pontja körében az ellentételezés tényének van meghatározó jelentősége. Ha az ellentételezés ténye megállapítható, akkor lényegtelen, hogy a tájékoztatás milyen objektív tartalommal bír, mivel a jogsértés ettől függetlenül, a reklám álcázott volta révén valósul meg.
- 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.
- A jogsértés megállapításához nem szükséges annak vizsgálata, hogy milyen okok vezettek arra, hogy a támogatás ténye a kifogásolt megjelenésben nem került feltüntetésre.

290. A kereskedelmi kommunikációért fizetett ellenszolgáltatás tényének tehát az Fttv. mellékletének 11. pontja értelmében egyértelműen ki kell derülnie a fogyasztó számára, így a jogsértés akkor is megállapítható, ha az írott vagy elektronikus médiában ugyan kísérlet történik az arról való tájékoztatásra, hogy az adott vállalkozás ellenszolgáltatást nyújtott az adott kereskedelmi kommunikációval kapcsolatban, azonban ez a tájékoztatás nem oly módon valósul meg, hogy az egyértelműen közölje ezt a tényét a fogyasztóval.

291. A jogsértés megállapításának nem feltétele, hogy a szerkesztői tartalomnak álcázott reklámban közvetlenül megjelenjen az értékesítendő áru. A jogsértés akkor is megállapítható, ha a szerkesztői tartalomnak álcázott reklámnak a tartalma a fogyasztók által is felismerhetően reklámként megjelenő kereskedelmi kommunikáció tartalmához kapcsolódik (ismert az a gyakorlat, hogy egy-egy összetevő vagy hatóanyag előnyeit ismertető, PR-jellegű cikk után olyan termék reklámja található, amelyben éppen a kiemelt összetevő vagy hatóanyag van).

292. Lényeges továbbá, hogy a szerkesztői tartalomnak álcázott reklám önmagában tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat, így nem szükséges vizsgálni azt, hogy a gyakorlat alkalmas lehetett-e az üzleti döntés torzítására.

VIII.6.1. A Ringier által kiadott lapszámok

293. A Novonexnek a Ringier kiadásában megjelent

- Kiskegyed (2014. 23. évfolyam, 29. szám; 2014. 23. évfolyam, 38. szám; 2014. 23. évfolyam 42. szám; 2014. 23. évfolyam, 49. szám; 2014. 23. évfolyam 50. szám),
- Kiskegyed Fitt (2014. VII. évfolyam 3. szám, 2014. VII. évfolyam, 4. szám)
- Kiskegyed Konyhája (XXII. évfolyam 8. szám; 2014. 12. szám) és
- Hölgvilág (2014. 8. szám, 2014. 10. szám) magazinokban,

magazinokban a direkt hirdetések mellett PR-jellegű, de elsősorban szakmainak tűnő cikkeket helyezett el.

294. A Kiskegyed (2014. 23. évfolyam, 29. szám; 2014. 23. évfolyam, 38. szám; 2014. 23. évfolyam 42. szám; 2014. 23. évfolyam, 49. szám; 2014. 23. évfolyam 50. szám) megrendelésének visszaigazolásán¹⁴⁸ az összes imént felsorolt újsággal kapcsolatban feltüntetésre került az, hogy „[ÜZLETI TITOK]”.

295. A Kiskegyed Fitt (2014. VII. évfolyam 3. szám) megrendelőjén¹⁴⁹ szintén feltüntetésre került a Kiskegyed 2014. VII. évfolyam 3. számával kapcsolatban az, hogy „[ÜZLETI TITOK]”.

296. A Kiskegyed Fitt (2014. VII. évfolyam, 4. szám), a Kiskegyed Konyhája (2014. XXII. évfolyam 8. szám, 2014. 12. szám), Hölgvilág (2014. 8. szám, 2014. 10. szám) megrendelőjén az imént felsorolt újságokkal kapcsolatban szintén feltüntetésre került az, hogy „[ÜZLETI TITOK]”.

297. A három megrendelés visszaigazolásával kapcsolatban megállapítható, hogy ugyanolyan struktúrával, koncepcióval, kinézettel készültek. A megrendelés visszaigazolásokkal kapcsolatban megállapítható továbbá, hogy – szemben például a VJ/91-2/2016. 6.1. melléklet 33. oldalán található megrendelés visszaigazolásán szereplő [ÜZLETI TITOK] – a fent nevezett, vizsgált újságok mindegyikénél feltüntetésre került az, hogy „[ÜZLETI TITOK]”.

298. A „[ÜZLETI TITOK]” feliratra vonatkozóan az eljáró versenytanács nem tudja elfogadni a Ringier azon nyilatkozatát, hogy „*a megrendelőkből szereplő témátámogató környezetben való elhelyezés pedig nem a szerződés tárgyára, hanem a hirdetés elhelyezésére utalt kizárólag.*”¹⁵⁰ Ugyanis az eljáró versenytanács álláspontja szerint éppen a „[ÜZLETI TITOK]” feliratról állapítható meg az, hogy a megrendelés nem csupán egyetlen direkt hirdetésre vonatkozott, hanem a PR cikk megrendelésére is.

299. A Ringier nyilatkozatával ellentétben [ÜZLETI TITOK] önmagában azt bizonyítja, hogy a hirdetésen felül egy újabb elemmel bővül a megrendelés (nevezetesen a direkt hirdetés

¹⁴⁸ A megrendelés visszaigazolása VJ/91-2/2016. számú irat 6.1. melléklet 33. oldalán található, lásd erre vonatkozóan a határozat V. fejezetét.

¹⁴⁹ A megrendelés visszaigazolása VJ/91-2/2016. számú irat 6.1. melléklet 17. oldalán található, lásd erre vonatkozóan a határozat V. fejezetét.

¹⁵⁰ VJ/91-149/2016. számú irat

mellett a PR cikkel), ugyanis amennyiben ez csupán a témátámogató környezetre utalna, akkor ésszerűen vagy csak egy plusz szolgáltatás meglétét jelző „+” jel (1 vagy 1/1 nélkül), vagy még az sem került volna feltüntetésre a cikk környezetére utalás előtt. A Ringier magyarázata alapján tehát a megrendelőben feltüntetett [ÜZLETI TITOK] indokolatlan. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a [ÜZLETI TITOK] arra utal, hogy egy egész oldal terjedelmű [ÜZLETI TITOK] hirdetés került megrendelése a direkt hirdetéssel egyidejűleg [ÜZLETI TITOK].

300. Az eljáró versenytanács e körben leszögezi továbbá, hogy a Ringier nyilatkozata nem szolgál ésszerű magyarázatként arra sem, hogy valóban csak a cikk környezetére utal a „[ÜZLETI TITOK]” felirat. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a „[ÜZLETI TITOK]” felirat azt az üzenetet hordozza, hogy a hirdetésen felül a direkt hirdetést támogatva, azt követve, de legalábbis a közelében (néhány oldallal előtte vagy utána) elhelyezésre került egy olyan tartalom, mely kifejezetten a direkt hirdetés témáját, tehát a Novo C plus termék, mint liposzómális C-vitamin koncepcióját támogatja.
301. A Ringier nyilatkozata nem szolgált semmilyen magyarázattal arra sem, hogy a felek mit értettek egész pontosan „*témátámogató környezet*” alatt. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint ugyanis a téma támogatása olyan hirdetést, cikket vagy egyéb tartalmat jelent jelen esetben, mely kifejezetten a Novo C plus C-vitamin termékhez, a liposzómális technológiához, vagy a felszívódáshoz kapcsolódik. A Novonex saját gazdasági érdekét szem előtt tartva azonban nyilvánvalóan nem kívánta, hogy – mint témátámogató tartalom – egy másik, például konkurens C-vitamin gyártó hirdetése vagy cikke, mint a témába illeszkedő, a témát támogató megjelenés a saját hirdetésének kifejezetten a környezetében legyen. Az egyetlen ésszerű magyarázat tehát, hogy a Novonex a saját PR cikkének a direkt hirdetése környezetében történő elhelyezését kívánta, mint a saját hirdetésének témáját támogató, követő, magyarázó tartalom.
302. Amennyiben a Ringier nyilatkozatával összhangban elfogadnánk, hogy a felirat kizárólag a direkt hirdetés témátámogató környezetben való elhelyezésre utal, akkor ésszerűtlen, hogy a Novonex nem élt ugyanezzel a lehetőséggel az összes többi újság esetén, így például a VJ/91-2/2016. számú irat 6.1. melléklet 34. oldalán található megrendelőn szereplő [ÜZLETI TITOK] kapcsolatban.
303. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a megrendelés visszaigazolásán szereplő az a fajta különbségtétel, hogy a jogsértőnek tekintett újságok esetén feltüntetésre került a „[ÜZLETI TITOK]” felirat, míg más újságok, így különösen [ÜZLETI TITOK] kapcsán ilyen megjegyzés nem került feltüntetésre, valójában azt bizonyítja, hogy a jogsértőnek tekintett újságok esetén kifejezetten megrendelésre és ellentételezésre került a direkt hirdetés mellé egy témát támogató PR cikk közlése, míg más esetekben, ahol nem került feltüntetésre ez a felirat, ott kizárólag direkt hirdetés megrendelésére szól a visszaigazolás.
304. Az eljáró versenytanács leszögezi e körben, hogy a szerkesztői tartalomnak álcázott reklám ellenszolgáltatásának megvalósulása nem csak akkor állapítható meg, ha a felek a közöttük létrejött megállapodásban vagy az általuk kibocsátott számlán, pénzügyi elszámolásukban stb. kifejezetten, külön 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. Jelen esetben az egyes lapszámokban megjelenő direkt hirdetés és PR

cikk ellenértéke a megrendelés visszaigazolásán, illetve a számlán lapszámonként egy összegben, egy tételként került meghatározásra. A tételen belül került az külön megjelenítésre, hogy az összeg a „[ÜZLETI TITOK]” PR cikk megjelenésének összegét is magában foglalja.

305. Egyértelműen megállapítható továbbá, hogy a Novonex PR cikkei számos másik újságban, illetve azonos újság másik számában megjelentetett Novonex PR cikkel teljes egészében szövegszerű egyezést mutatnak,¹⁵¹ csupán a beillesztett kép és a szöveg tördelése eltérő, illetve váltakozik, hogy feltüntetésre került-e bármilyen szponzorációra utaló felirat (például „Hirdetés” felirat). A PR cikkek továbbá szövegszerűen nagymértékű egyezést vagy hasonlóságot mutatnak a Novonex kommunikációjában megjelenő egyéb cikkekkel is, ahol szintén váltakozik, hogy feltüntetésre került-e bármilyen szponzorációra utaló felirat (például „Hirdetés” felirat).¹⁵²
306. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint önmagában az a körülmény, hogy szövegszerűen ugyanaz, illetve sokszor nagymértékben egyező cikk egyes esetekben „Hirdetés” vagy „Fizetett hirdetés” felirat mellett,¹⁵³ más esetekben pedig úgy szerepel ugyanaz a tartalom, hogy a szponzorálásra utalás semmilyen formában nem történik, önmagában aggályosnak tekinthető, és a jogsértés bizonyítékául szolgálhat. Például a VJ/91-2/2016. számú adatszolgáltatás 8. melléklet 12. oldalán megjelenő, Kiskegyed 2015. 24. évfolyam 21. számában szereplő PR cikkben feltüntetésre került a „Promóció” felirat. Ez a PR cikk kizárólag a címében és a cikk összefoglalójában tér el a határozat 3. mellékletében is ismertetett PR cikkektől. Megállapítható tehát, hogy még azonos kiadó is megjelentette azonos újságban (Kiskegyed) szövegszerűen szinte ugyanazt a PR cikket „Promóció” felirat mellett és anélkül is.
307. Az eljáró versenytanács általánosságban le kívánja szögezni, hogy megállapítható, hogy a PR cikkek tartalma a direkt hirdetéshez igazodik, azt kiegészíti, elmagyarázza. A határozat mellékleteiben is olvasható PR cikkekben megjelenő fejezetcímek (például a „Felszívódási problémák”, „A lényeg a hasznosság”) a direkt hirdetésekben megjelenő szlogenekre

¹⁵¹ A VJ/91-2/2016. számú adatszolgáltatás 6.1. melléklet 14., 19., 25., 32., 37., 41., 47., 51., és 54. oldalán található PR cikkek szövegszerűen azonosak. A VJ/91-2/2016. számú adatszolgáltatás 6.2. melléklet 3., 16., 24., 31., 39., 46., 67., 71., és 77. oldalán található PR cikkek szövegszerűen azonosak. A VJ/91-2/2016. számú adatszolgáltatás 7. melléklet 17., 22., 27., 31., 39. és 43. oldalán található PR cikkek szövegszerűen azonosak.

¹⁵² A 6.1. melléklet 14., 19., 25., 32., 37., 41., 47., 51., és 54. oldalán található PR cikkek a 6.2. melléklet 3., 16., 24., 31., 39., 46., 67., 71., és 77. oldalán található PR cikkekkel szövegszerűen többnyire azonosak. Különbség, hogy a 6.2. mellékletben található PR cikkek az őszi időszakhoz vannak igazítva, míg a 6.1. mellékletben szereplő cikkek a tavaszi-nyári szezonhoz lettek igazítva. Éppen ezért a címben más szerepel („C-vitamin pótlás nyáron is” – „C-vitamin pótlás ősszel”), és a 6.1. mellékletben található PR cikkekben az szerepel, hogy

„Nem csak télen

Azt már tudjuk, hogy a C-vitamint nem csak az őszi-téli megfázásos időszakban érdemes szedni. Immunrendszerünk normál működését, a fáradtság csökkentését egész évben, így a tavaszi-nyári hónapokban is segíti”,

míg a 6.2. mellékletben szereplő PR cikkekben e helyett az szerepel, hogy:

„Mennyit is?

A jelenleg Magyarországon ajánlott napi C-vitamin-mennyiség (80mg) gyakorlatilag arra elég, hogy a skorbutot megelőzzük.”

¹⁵³ Például a VJ/91-2/2016. számú adatszolgáltatás 6.1. mellékletében, az azonos szövegezéssel rendelkező PR cikkek közül 4 esetben feltüntetésre került a „Hirdetés” felirat, 4 esetben pedig nem került feltüntetésre „Hirdetés” vagy „Fizetett hirdetés” felirat. A VJ/91-2/2016. számú adatszolgáltatás 6.2. mellékletében az azonos szövegezéssel rendelkező PR cikkek közül 6 esetben feltüntetésre került a „Hirdetés” vagy „Fizetett hirdetés” felirat, 3 esetben nem került feltüntetésre „Hirdetés” vagy „Fizetett hirdetés” felirat.

(például: „*a leghatékonyabb felszívódásért!*” utalnak, azokat fejtik ki, magyarázzák el. Erre tekintettel az eljáró versenytanács szerint egyértelmű, hogy a PR cikkek tartalmukban a Novonexhez köthetők, mégsem került feltüntetésre semmilyen arra utaló jel, hogy a tartalom nem szerkesztői, hanem fizetett tartalom. Továbbá a fentiekre tekintettel az eljáró versenytanács szerint alaptalanul hivatkozik arra a Novonex¹⁵⁴, hogy a PR cikkek nem merítik ki a reklám fogalmi elemeit, mert a PR cikkek nem irányulnak az értékesítés előmozdítására, hiszen a PR cikkek a direkt hirdetést kiegészítve, kifejtve, elmagyarázva közvetetten a termék imázsának építésére is törekszenek, mellyel a Novonex célja egyértelműen az értékesítés előmozdítása.

308. Az eljáró versenytanács rögzíti továbbá, hogy a Kiskegyed 23. évfolyam 29. számában, a Kiskegyed Fitt 2014. VII. évfolyam, 3. számában, Kiskegyed Konyhája XXII. évfolyam 8. számában, és a Hölgvilág 2014. 8. számában elhelyezett cikk esetén megállapítható, hogy a PR cikk és a direkt hirdetés között egyértelmű kapcsolat áll fenn, hiszen a direkt hirdetésen megjelenő „Szedje nyáron is” felirat összecseng a PR cikkben hangsúlyosan megjelenő címmel: „C-vitamin pótlás nyáron is.” Az eljáró versenytanács álláspontja szerint ez a kapcsolat a PR cikkek és a direkt hirdetések között egyértelműen bizonyítja, hogy a fent felsorolt újságokban szereplő PR cikkek egyetlen más piaci szereplőhöz sem köthetők, hanem kifejezetten és kizárólag csak a Novonexhez. Ennek ellenére a vizsgált PR cikkek esetében nem került feltüntetésre semmilyen szponzorációra utaló jel.
309. Az eljáró versenytanács rögzíti továbbá, hogy a VJ/91-2/2016. számú adatszolgáltatás 7. mellékletében megjelenített Kiskegyed 23. évfolyam 49. szám, 23. évfolyam 50. szám, a Kiskegyed Konyhája 2014. 12. szám esetében a PR cikkek utolsó bekezdése így szól: „*Vásárlás során azonban érdemes odafigyelni, milyen minőségű az adott készítmény. Lényeges szempont, hogy a készítmény természetes hatóanyagokat tartalmazzon, ellenben ne tartalmazzon semmilyen felesleges adalékot, pl. mesterséges színezéket és aromát, tartósítószeret, vagy génmódosított összetevőket, mert ezek terhelik a szervezetet.*” A PR cikkeknek ez a befejezése egyértelműen összecseng a direkt hirdetések alján szereplő „*Könnyen lenyelhető lágyszelatin kapszula; Természetes színezékekkel (likopinnal); Kizárólag génmódosítás-mentes összetevőkből; Tartósítószer mentes. Természetes Csipkebogyó kivonattal és Citrus Bioflavonoidokkal*” feliratokkal. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint ez az egyértelmű korreláció a direkt hirdetés és a PR cikk között szintén annak a bizonyítéka, hogy a PR cikkek egyetlen más piaci szereplőhöz sem köthetők, kifejezetten és kizárólag csak a Novonexhez. Ennek ellenére a vizsgált PR cikkek esetében nem került feltüntetésre semmilyen szponzorációra utaló jel. Az érintett fogyasztók számára ez a kapcsolat önmagában is azt jelentheti, hogy független, szerkesztői tartalom alapján a direkt hirdetésben megjelenő Novonex termék az ideális, kézenfekvő választás számukra.
310. A Ringier azon érveléssel kapcsolatban, mely szerint a „*nyomatott sajtótermékekben a lapozás minősül annak, mint az internetes médiumokban az új felületre történő, össze nem kapcsolt oldalra történő klikkelés. A lapozás és az össze nem kapcsolt oldalra történő klikkelés a szerkesztői tartalom és a hirdetés egymástól való megfelelő elválasztásának minősül. Nyomatott médiumokban az elválasztásnak egyéb megfelelő módja nincsen*”¹⁵⁵ az eljáró versenytanács álláspontja az, hogy a Ringier állítása megalapozatlan, azt semmilyen

¹⁵⁴ VJ/91-151/2016. sz. irat

¹⁵⁵ VJ/91-153/2016. sz. irat

jogszabályi, joggyakorlati hivatkozással nem támasztotta alá. Az eljáró versenytanács szerint önmagában a lapozás nem elégséges a szerkesztői tartalmak és a hirdetések teljes körű elválasztásához. Továbbá nem vonható egyértelmű párhuzam a lapozás és az internetes médiumokban új felületre történő klikkelés között, hiszen a nyomtatott sajtóban a lapozást az oldal végessége indokolja, míg ilyen az internet esetében nem áll fenn.

311. A Novonex tehát a

- Kiskegyed (2014. 23. évfolyam, 29. szám; 2014. 23. évfolyam, 38. szám; 2014. 23. évfolyam 42. szám; 2014. 23. évfolyam, 49. szám; 2014. 23. évfolyam 50. szám),
- Kiskegyed Fitt (2014. VII. évfolyam 3. szám, 2014. VII. évfolyam, 4. szám)
- Kiskegyed Konyhája (XXII. évfolyam 8. szám; 2014. 12. szám) és
- Hölgvilág (2014. 8. szám, 2014. 10. szám)

magazinokban megjelent hirdetési mellett közölt szerkesztői tartalomnak tűnő cikkeknek a Ringier nevezett magazinjaiban történő megjelenéséért ellenszolgáltatást nyújtott, azaz a közölt tartalmat az áru értékesítésének előmozdítására használta. Ez azonban nem tűnik ki egyértelműen a tartalomból vagy a fogyasztó számára egyértelműen felismerhető képi elemekből. A Ringier a magazinok megjelentetésével ebben a magatartásban közreműködött azzal, hogy a kereskedelmi kommunikációt megismerhetővé tette.

312. A Novonex és a Ringier azáltal, hogy a Kiskegyed (2014. 23. évfolyam, 29. szám; 2014. 23. évfolyam, 38. szám; 2014. 23. évfolyam 42. szám; 2014. 23. évfolyam, 49. szám; 2014. 23. évfolyam 50. szám),

- Kiskegyed Fitt (2014. VII. évfolyam 3. szám, 2014. VII. évfolyam, 4. szám)
- Kiskegyed Konyhája (XXII. évfolyam 8. szám; 2014. 12. szám) és
- Hölgvilág (2014. 8. szám, 2014. 10. szám)

magazinokban megjelenő cikkek kapcsán nem jelölte egyértelműen, hogy azokat a Novonex rendelte meg, illetve a Novonex anyagi ellenszolgáltatást nyújtott azok megjelentetéséért, az Fttv. melléklete 11. pontjának megvalósításával megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében foglalt tilalmat.

VIII.6.2. A Blikk által kiadott lapszámok

313. A Novonex a Blikk kiadásában megjelent Blikk Nők XI. évfolyam 30. szám és Blikk Egészség 2015. 5. szám (2015. június 10.) magazinokban a direkt hirdetések mellett PR-jellegű, de elsősorban szakmainak tűnő cikkeket helyezett el.

314. A Novonex azt nyilatkozta, hogy [ÜZLETI TITOK].¹⁵⁶ A VJ/91-20/2016. számú irat 10. melléklete tartalmazza a Blikk Nők 2015. XI. évfolyam 30. számának hirdetési print megrendelőjét. A megrendelőn egyértelműen az szerepel, hogy [ÜZLETI TITOK]. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a hirdetési print megrendelő – mely jelen esetben a Novonex nyilatkozata alapján [ÜZLETI TITOK] – bizonyítja, hogy a PR cikkért a Novonex ellenszolgáltatást nyújtott.

¹⁵⁶ VJ/91-22/2016. sz. irat

315. A VJ/91-20/2016. számú irat 1. melléklete tartalmazza a megrendelés visszaigazolását. A visszaigazolás 8. és 9. tétele ugyanarra az újságra vonatkozik, vagyis a Blikk Nők 2015. 30. számára. A 8. tétel ára nettó [ÜZLETI TITOK] forint, a 9. tétel ára [ÜZLETI TITOK] forint. A VJ/91-2/2016. számú irat 10. melléklet 13. oldalán található számlán a Blikk Nők 2015. 30. számára vonatkozóan szintén két tétel szerepel. Az első tétel összege a megrendelés visszaigazolásához igazodóan [ÜZLETI TITOK] forint. A második tétel összege a megrendeléshez igazodóan [ÜZLETI TITOK] forint. A számlán továbbá feltüntetésre került, hogy [ÜZLETI TITOK], és ténylegesen a direkt hirdetés a magazin 33. oldalán található. A PR cikk kapcsán a számlán feltüntetésre került, hogy [ÜZLETI TITOK], és ténylegesen a PR cikk a magazin 31. oldalán található.¹⁵⁷
316. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint önmagában az a körülmény is a PR cikk ellentételezését bizonyítja, hogy mind a megrendelés visszaigazolásán, mind a számlán ugyanarra a magazinnal vonatkozóan két tétel került feltüntetésre. A jogsértés egyértelmű bizonyítéka azonban az is, hogy a számlán feltüntetésre került az első tétel mellé, hogy „[ÜZLETI TITOK]”, tehát az első tétel kifejezetten a direkt hirdetés árát tartalmazza, míg a második tétel mellé feltüntetésre került, hogy „[ÜZLETI TITOK]”, tehát a második tétel kifejezetten a PR cikk ellentételezését tartalmazza. Ezen felül a jogsértés bizonyítékául szolgál, hogy a számlán feltüntetett oldalszámok megegyeznek azokkal az oldalszámokkal, melyeken a direkt hirdetés, illetve a PR cikk ténylegesen is megjelent az újságban.
317. A Blikk Egészség 2015. június 10-i számának megrendelés visszaigazolását a VJ/91-20/2016. számú irat 2. melléklete tartalmazza a számlával együtt. A megrendelés visszaigazolásán ugyanarra a Blikk Egészség 2015. június 10-i számra vonatkozóan két tétel került feltüntetésre. Az első tétel értéke nettó [ÜZLETI TITOK] forint, míg a második tétel értéke nettó [ÜZLETI TITOK] forint. A számlán szintén két tétel került feltüntetésre, a megrendeléshez igazodóan [ÜZLETI TITOK] és [ÜZLETI TITOK] forintért.
318. Habár a számla a Blikk Egészség 2015. június 10-i száma esetében nem nevesíti, hogy melyik tétel a direkt hirdetés, és melyik a PR cikk ellentételezése, az eljáró versenytanács álláspontja szerint egyértelműen megállapítható, hogy ugyanúgy, ahogyan a Blikk Nők esetében, az első tétel a direkt hirdetés, a második tétel a PR cikk ellentételezése. A két számla tartalmilag, küllemileg, illetve strukturálását tekintve megegyezik. Megegyezik továbbá a Blikk Nők és a Blikk Egészség újságok esetén feltüntetett második tétel, vagyis a PR cikk ellenértékének összege: [ÜZLETI TITOK] forint. A számlán továbbá feltüntetésre került, hogy [ÜZLETI TITOK], és ténylegesen a direkt hirdetés a magazin 9. oldalán található. A PR cikk kapcsán a számlán feltüntetésre került, hogy [ÜZLETI TITOK], és ténylegesen a PR cikk a magazin 7. oldalán található.¹⁵⁸
319. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint önmagában az a körülmény is a jogsértő PR cikk ellentételezését bizonyítja, hogy mind a megrendelés visszaigazolásán, mind a számlán ugyanarra a magazinnal vonatkozóan két tétel került feltüntetésre, aminek egyetlen hirdetési megjelentetése esetén nem lenne értelme. A jogsértés egyértelmű bizonyítéka azonban az is, hogy a PR cikk ára megegyezik a Blikk Nők 2015. 30. számának szerződésében szereplő PR cikk ellentételezésének összegével. Ezen felül a jogsértés bizonyítékául szolgál, hogy a

¹⁵⁷ Lásd: határozat V. fejezete, VJ/91-2/2016. számú irat 10. melléklet 13. oldal, VJ/91-20/2016. sz. irat 1. melléklet

¹⁵⁸ Lásd: határozat V. fejezete, VJ/91-2/2016. számú irat 10. melléklet 59. oldal, VJ/91-20/2016. sz. irat 2. melléklet.

számlán feltüntetett oldalszámok megegyeznek azokkal az oldalszámokkal, melyeken a direkt hirdetés, illetve a PR cikk ténylegesen is megjelent az újságban.

320. Mindezek alapján az eljáró versenytanács szerint egyértelműen megállapítható, hogy mind a Blikk Nők 2015. XI. évfolyam 30. számáért, mind a Blikk Egészség 2015. június 10-i számáért a Novonex ellentételezést nyújtott, az újságokban azonban a PR cikkek mellett nem került semmilyen formában feltüntetésre a szponzoráció ténye, a fogyasztók számára a cikkek szerkesztői tartalomnak tűnhetnek.
321. A Blikk vizsgált lapszámaiban megjelenő PR cikkek teljes mértékben azonosak. Továbbá szövegszerűen teljes mértékben azonosak a VJ/91-2/2016. számú adatszolgáltatás 10. melléklet 11.,¹⁵⁹ 36.,¹⁶⁰ 41.,¹⁶¹ és 52.¹⁶² oldalán található PR cikkekkel, csupán a tördelés és a beillesztett kép váltakozik. A VJ/91-2/2016. számú adatszolgáltatás 10. melléklet 45.¹⁶³ oldalán található PR cikk esetén további különbség, hogy az első bekezdésben ahelyett, hogy „*ezt már mindenki tudja*” az szerepel, hogy „*ezt már tudjuk*”. A PR cikkek továbbá szövegszerűen többnyire azonosak a 7. melléklet 17.,¹⁶⁴ 22.,¹⁶⁵ 27.,¹⁶⁶ 39.¹⁶⁷ és 43.¹⁶⁸ oldalán található PR cikkekkel. Különbség a 7. melléklet felsorolt cikkeihez képest, hogy a 10. melléklet 16. oldalán található PR cikkek más a címe, más az összefoglalója és az első bekezdése. Ettől eltekintve a cikk többi része azonos, csupán a tördelése és a beillesztett kép különbözik.
322. Egyértelműen megállapítható tehát, hogy a Novonex PR cikkei számos másik újságban, illetve azonos újság másik számában megjelentetett Novonex PR cikkekkel teljes egészében szövegszerű egyezést mutatnak, csupán a beillesztett kép és a szöveg tördelése eltérő, illetve váltakozik, hogy feltüntetésre került-e bármilyen szponzorációra utaló felirat (például „*Hirdetés*” felirat). A PR cikkek továbbá szövegszerűen nagymértékű egyezést vagy hasonlóságot mutatnak a Novonex kommunikációjában megjelenő egyéb cikkekkel is, ahol szintén váltakozik, hogy feltüntetésre került-e bármilyen szponzorációra utaló felirat (például „*Hirdetés*” felirat).
323. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint önmagában az a körülmény, hogy szövegszerűen ugyanaz, illetve sokszor nagymértékben egyező cikk egyes esetekben „*Hirdetés*” vagy „*Fizetett hirdetés*” felirat mellett,¹⁶⁹ más esetekben pedig úgy szerepel ugyanaz a tartalom, hogy a szponzorálásra utalás semmilyen formában nem történik, önmagában aggályosnak tekinthető, és a jogsértés bizonyítékaul szolgálhat. Például a VJ/91-

¹⁵⁹ Blikk Nők XI. évfolyam 31. szám. Feltüntetésre került a „Promóció” felirat.

¹⁶⁰ Kiskegyed 24. évfolyam 28. szám. Feltüntetésre került a „Promóció” felirat.

¹⁶¹ Patika Magazin 2015. július, 7. szám. Feltüntetésre került a „Fizetett hirdetés” felirat. (Ez a VJ/91-17/2016. számú adatszolgáltatásból állapítható meg.)

¹⁶² Blikk Nők XI évfolyam 24. szám. Feltüntetésre került a „Promóció” felirat.

¹⁶³ Bébik Kicsik és Nagyok IV. évfolyam 7. szám, 2015. július. Feltüntetésre került a „Fizetett hirdetés” felirat. (Ez a VJ/91-17/2016. számú adatszolgáltatásból állapítható meg.)

¹⁶⁴ Kiskegyed 2014. 23. évfolyam 50. szám. Nem került feltüntetésre a „Hirdetés” felirat.

¹⁶⁵ Meglepetés 2014. XIX. évfolyam 49. szám. Feltüntetésre került a „Hirdetés” felirat.

¹⁶⁶ Kiskegyed, 2014. 23. évfolyam 49. szám. Nem került feltüntetésre a „Hirdetés” felirat.

¹⁶⁷ Patika Magazin 2014. december. Feltüntetésre került a „Fizetett hirdetés” felirat.

¹⁶⁸ Nők lapja egészség. 2014. december-januári szám. Feltüntetésre került a „Hirdetés” felirat.

¹⁶⁹ Például a VJ/91-2/2016. számú adatszolgáltatás 6.1. mellékletében, az azonos szövegezéssel rendelkező PR cikkek közül 4 esetben feltüntetésre került a „Hirdetés” felirat, 4 esetben pedig nem került feltüntetésre „Hirdetés” vagy „Fizetett hirdetés” felirat. A VJ/91-2/2016. számú adatszolgáltatás 6.2. mellékletében az azonos szövegezéssel rendelkező PR cikkek közül 6 esetben feltüntetésre került a „Hirdetés” vagy „Fizetett hirdetés” felirat, 3 esetben nem került feltüntetésre „Hirdetés” vagy „Fizetett hirdetés” felirat.

2/2016. számú adatszolgáltatás 9. melléklet 19. oldalán megjelenő, Blikk Nők XI. évfolyam 11. számában szereplő PR cikkben feltüntetésre került a „Promóció” felirat. Ez a PR cikk kizárólag a címében és a cikk összefoglalójában tér el a határozat 3. mellékletében is ismertetett PR cikkektől. Megállapítható tehát, hogy még azonos kiadó is megjelentette azonos újságban (Blikk Nők) szövegszerűen szinte ugyanazt a PR cikket „Promóció” felirat mellett és anélkül is.

324. Az eljáró versenytanács általánosságban le kívánja szögezni, hogy megállapítható, hogy a PR cikkek tartalma a direkt hirdetéshez igazodik, azt kiegészíti, elmagyarázza. A határozat mellékleteiben is olvasható PR cikkekben megjelenő fejezetcímek (például a „*Felszívódási nehézségek*”, „*A lényeg a hasznosulás*”) a direkt hirdetésekben megjelenő szlogenekre (például: „*a leghatékonyabb felszívódásért!*”) utalnak, azokat fejtik ki, magyarázzák el. Erre tekintettel az eljáró versenytanács szerint egyértelmű, hogy a PR cikkek tartalmukban a Novonex-hez köthetők, mégsem került feltüntetésre semmilyen arra utaló jel, hogy a tartalom nem szerkesztői, hanem fizetett tartalom. Továbbá a fentiekre tekintettel az eljáró versenytanács szerint alaptalanul hivatkozik arra a Novonex¹⁷⁰, hogy a PR cikkek nem merítik ki a reklám fogalmi elemeit, mert a PR cikkek nem irányulnak az értékesítés előmozdítására, hiszen a PR cikkek a direkt hirdetést kiegészítve, kifejtve, elmagyarázva közvetetten a termék imázsának építésére is törekszenek, mellyel a Novonex célja egyértelműen az értékesítés előmozdítása.
325. A Blikk azon érveléssel kapcsolatban, mely szerint a „*nyomtatott sajtótermékekben a lapozás minősül annak, mint az internetes médiumokban az új felületre történő, össze nem kapcsolt oldalra történő klikkelés. A lapozás és az össze nem kapcsolt oldalra történő klikkelés a szerkesztői tartalom és a hirdetés egymástól való megfelelő elválasztásának minősül. Nyomtatott médiumokban az elválasztásnak egyéb megfelelő módja nincsen*”¹⁷¹ az eljáró versenytanács álláspontja az, hogy a Blikk állítása megalapozatlan, azt semmilyen jogszabályi, joggyakorlati hivatkozással nem támasztotta alá. Az eljáró versenytanács szerint önmagában a lapozás nem elégséges a szerkesztői tartalmak és a hirdetések teljes körű elválasztásához. Továbbá nem vonható egyértelmű párhuzam a lapozás és az internetes médiumokban új felületre történő klikkelés között, hiszen a nyomtatott sajtóban a lapozást az oldal végessége indokolja, míg ilyen az internet esetében nem áll fenn.
326. A Novonex tehát a Blikk Nők (XI. évfolyam 30. szám 2015. július 22.) és Blikk Egészség (2015. június 10.) magazinokban megjelent hirdetése mellett közölt szerkesztői tartalomnak tűnő cikkeknek a Blikk nevezett magazinjaiban történő megjelenéséért ellenszolgáltatást nyújtott, azaz a közölt tartalmat az áru értékesítésének előmozdítására használta. Ez azonban nem tűnik ki egyértelműen a tartalomból vagy a fogyasztó számára egyértelműen felismerhető képi elemekből. A Blikk a magazinok megjelentetésével ebben a magatartásban közreműködött azzal, hogy a kereskedelmi kommunikációt megismerhetővé tette.
327. A Novonex és a Blikk azáltal, hogy a Blikk Nők XI. évfolyam 30. szám és Blikk Egészség 2015. 5. szám (2015. június 10.) magazinokban megjelenő cikkek kapcsán nem jelölte egyértelműen, hogy azokat a Novonex rendelte meg, illetve a Novonex anyagi ellenszolgáltatást nyújtott azok megjelentetéséért, az Fttv. melléklete 11. pontjának megvalósításával megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében foglalt tilalmat.

¹⁷⁰ VJ/91-151/2016. sz. irat

¹⁷¹ VJ/91-152/2016. sz. irat

VIII.6.3. A Daylight által kiadott Páciens Magazin 2016. II. évfolyam 7. száma

328. A Páciens Magazint a Daylight a VJ/91-16/2016. számú adatszolgáltatásában csatolta. A VJ/91-16/2016. számú irat 43-44. oldala tartalmazza a direkt hirdetést és a PR cikket. A Páciens Magazinban a PR cikk két oldalt foglal el, melyek egymás mellett, lapozás nélkül láthatók. A PR cikk második oldalán a cikk csak az oldal bal oldalát foglalja el. Az oldal jobb oldalán – közvetlenül a cikk mellett – található a Novonex direkt hirdetése. A PR cikk körül sehol nem került feltüntetésre azt, hogy az bármilyen formában szponzorált tartalom lenne.
329. A Daylight és a Novonex nyilatkozataikban¹⁷² egybehangzóan adták elő azt, hogy [ÜZLETI TITOK]¹⁷³ [ÜZLETI TITOK].
330. Az eljáró versenytanács e körben nyomatékosan hivatkozik a joggyakorlatra, mely szerint a szerkesztői tartalomnak álcázott reklám ellenszolgáltatásának megvalósulása nem csak 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 a reklámért fizetendő ellenértékből oly módon részesül kedvezményben a reklámozó, hogy a reklám egy része, így különösen a szerkesztői tartalomnak álcázott rész kapcsán „ingyenességben” állapodnak meg a felek.
331. Mind a Daylight, mind a Novonex kifejezetten elismerte, hogy a Páciens Magazin 2016. októberi számának megjelenése, [ÜZLETI TITOK]. Az együttműködési megállapodás alapján a szolgáltatás, illetve megjelenéseknek az értéke mindösszesen [ÜZLETI TITOK] forint + ÁFA összegben került meghatározásra.¹⁷⁴ Az imént ismertetett joggyakorlat kifejezetten kimondja, hogy az egyéb üzleti kapcsolatra tekintettel történő „ingyenességben” való megállapodás esetén a joggyakorlat alapján az ellenszolgáltatás ténye bizonyított. Ezért az eljáró versenytanács szerint egyéb körülmény nem vizsgálendő az ellenszolgáltatás körében. A Daylight és a Novonex nyilatkozata alapján annak ellenére bizonyítottnak minősül az ellenszolgáltatás ténye, hogy az eljárás alá vontak külön a Páciens Magazinra vonatkozóan [ÜZLETI TITOK], hanem az – az eljáró versenytanács álláspontja szerint – mintegy kedvezményként értelmezhetően kapcsolódott az együttműködési megállapodáshoz, és így csak az együttműködési megállapodásban meghatározott [ÜZLETI TITOK] forint + ÁFA került megfizetésre.
332. Az eljáró versenytanács a Novonex azon nyilatkozatával kapcsolatban, hogy „[ÜZLETI TITOK]”¹⁷⁵ egyrésztől rögzíteni kívánja, hogy a Novonex semmilyen formában nem bizonyította, nem igazolta azt a körülményt, hogy a megjelenést követően felhívta volna a kiadó figyelmét a hibára, kifejezetten erre hogyan reagált a Daylight, valamint, hogy a Daylight a szerkesztési hibát elismerte volna, a felelősséget vállalta volna. Másrésztől, ennek a körülménynek még az igazoltsága esetén sincs relevanciája az Fttv. 9. §-a körében, hiszen az Fttv. alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért az a vállalkozás felel, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése közvetlenül érdekében áll.

¹⁷² VJ/91-60/2016. sz. irat és VJ/91-39/2016. sz. irat

¹⁷³ Az együttműködési megállapodást a Novonex a VJ/91-20/2016. számú irat 9. mellékleteként csatolta.

¹⁷⁴ Lásd: VJ/91-20/2016. sz. irat 9. melléklet.

¹⁷⁵ VJ/91-60/2016. sz. irat

333. Harmadrészről a Novonex nyilatkozataiban ellentmondás található. Miközben a Novonex úgy nyilatkozik, hogy felhívta a kiadó figyelmét arra, hogy a megjelenéshez nem járult hozzá, egyértelműen megállapítható, hogy a megjelenéshez mégis hozzájárult, hiszen a Novonex nem hivatkozott arra, hogy a megjelenés a tudtán kívül történt, vagy arról utólag szerzett volna tudomást, sőt, maga nyilatkozott úgy, hogy a megjelenés az együttműködési megállapodásra tekintettel – tehát a Novonex előzetes hozzájárulása mellett – történt. Az eljáró versenytanács szerint tehát a Novonex valótlannul állítja azt, hogy a Páciens Magazinban történő megjelenéshez nem járult hozzá.
334. Az eljáró versenytanács nyomatékosan rögzíteni kíván egy körülményt a Daylight azon nyilatkozatával kapcsolatban, hogy az általa *„szerkesztett anyagok minden esetben tartalmazták a „promocio” megjelölést, [ÜZLETI TITOK]. Mindezeket túl a magazin impresszumában „Figyelmeztetés az olvasó részére” felirat alatt az is olvasható, hogy „a megjelentetett hirdetésekért nem vállalunk felelősséget.”*¹⁷⁶ A kikristályosodott joggyakorlat alapján a jogsértés megállapításához nem szükséges annak vizsgálata, hogy milyen okok vezettek arra, hogy a támogatás ténye a kifogásolt megjelenésben nem került feltüntetésre.
335. A Daylightot tehát az a körülmény nem mentesíti a felelősség alól, hogy a Novonex anyaga adott esetben pdf formátumú volt – melyre vonatkozóan egyébként a Daylight semmilyen bizonyítékot nem csatolt, pusztán állította ezt a tényt. Az eljáró versenytanács e körben rögzíteni kívánja, hogy amennyiben a tartalom valóban pdf formátumú volt, a Daylightnak akkor is lett volna lehetősége a korrekcióra, ugyanis a modern technológia folytán a pdf formátumú tartalom is számos formában módosítható. Másrészről végső soron, amennyiben a Daylight, mint lapkiadó technikai feltételei nem elégségesek ahhoz, hogy egy pdf-en módosítást hajtson végre, de észleli, hogy a tartalom a közölt formájában jogsértő lenne, illetve egyéb kifogása van, lehetősége lett volna a Novonexet megkeresni, hogy másik tartalmat szolgáltatson a Páciens Magazinban való megjelentetésre, vagy a tartalmon maga a Novonex módosítson. A Daylight semmilyen körülményt nem bizonyított, de még csak nem is valószínűsített, mely kizárta volna, hogy a jogsértő tartalom észlelése esetén ne kereshette volna meg a Novonexet a szolgáltatott tartalom módosítása iránt.
336. A Daylightot továbbá az imént idézett joggyakorlat alapján az sem mentesítheti az általa kiadott lapszámokban megjelenő hirdetések jogszerű megjelentetésének törvényi kötelezettsége alól, hogy a magazin impresszumában adott esetben kiköti, hogy a hirdetésekért nem vállal felelősséget. Az eljáró versenytanács e körben jelzi, hogy a magazin impresszumában úgy fogalmaz a Daylight, hogy *„a megjelentetett **hirdetésekért nem vállal felelősséget**”*. A jogsértés ténye ezzel szemben éppen abban valósul meg, hogy a PR cikk kapcsán nem került feltüntetésre, hogy az hirdetés volna, a fogyasztók számára a PR cikk szerkesztői tartalomnak tűnik. A szerkesztői tartalomért pedig a Daylight még a magazin impresszumában történő kikötés ellenére is köteles a felelősséget vállalni.

VIII.7. Az eljárás alá vontak felelőssége

337. Az Fttv. az ún. „érdek-elvet” tekinti a felelősség megállapíthatósága alapjának. Az Fttv. értelmében elsődlegesen azon vállalkozások felelőssége állapítható meg a közzétett kereskedelmi gyakorlat tekintetében, amelynek az értékesítés, eladásösztönzés közvetlenül érdekében áll.

¹⁷⁶ VJ/91-39/2016. sz. irat

338. A Novonex esetében egyértelműen megállapítható minden vizsgált állítás és kereskedelmi gyakorlat kapcsán a vállalkozás anyagi érdekeltsége és az Fttv. 9. §-a szerinti felelőssége, hiszen a termék forgalmazásából, illetve értékesítéséből árbevétele származott, a vállalkozás alakította ki a reklámok és egyéb kommunikációk tartalmát.
339. A joggyakorlat értelmében továbbá (lásd pl. Vj/51/2010. számú versenyfelügyeleti eljárásban hozott döntést) az Fttv. mellékletének 11. pontja szerinti jogsértés megállapítása esetén a reklám közlétevéjének és a forgalmazójának, gyártójának a felelőssége is megállapítható egyidejűleg.
340. Az 1169/2011/EU rendelet 8. cikk (1) bekezdése szerint továbbá az élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásért felelős élelmiszer-vállalkozó az a vállalkozó, akinek neve vagy cégneve alatt az élelmiszert forgalomba hozzák. Ugyanakkor az 1169/2011/EU rendelet 1. cikkének (3) bekezdése értelmében a rendelet valamennyi élelmiszer-vállalkozóra vonatkozik, függetlenül attól, hogy azok az élelmiszerlánc mely szakaszában működnek, amennyiben azok tevékenységei összefüggnek a fogyasztók élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásával. Ebből az következik, hogy az élelmiszerlánc bármely szintjén lévő élelmiszer-vállalkozónak fennáll a felelőssége azért, hogy az általa az élelmiszerekkel kapcsolatban közölt tájékoztatások pontosak és a jogszabályi előírásoknak megfelelőek legyenek.
341. Figyelembe véve az Fttv. 9. §-a (1) bekezdésének rendelkezéseit és azon tényeket, hogy jelen esetben a Novonex részesedett a termékek értékesítéséből származó bevételből, egyértelműen rögzíthető, hogy a Novonex-nek a vizsgált magatartás megvalósítása közvetlen érdekében állt, így a felelőssége megállapítható. Továbbá tekintettel arra, hogy a vizsgálat által érintett termék a Novonex neve alatt kerül forgalomba és a kommunikáció is a vállalkozáshoz köthető, így az 1169/2011/EU rendelet megsértéséért is egyértelmű felelősséggel tartozik a Novonex.
342. A szerkesztői tartalomnak álcázott reklám tekintetében a – vállalkozások korábban bemutatott érvei ellenére –
- (i) a Ringier felelőssége a Kiskegyed (2014. 23. évfolyam, 29. szám; 2014. 23. évfolyam, 38. szám; 2014. 23. évfolyam 42. szám; 2014. 23. évfolyam, 49. szám; 2014. 23. évfolyam 50. szám), a Kiskegyed Fitt (2014. VII. évfolyam 3. szám, 2014. VII. évfolyam, 4. szám) Kiskegyed Konyhája (XXII. évfolyam 8. szám; 2014. 12. szám), Hölgylvilág (2014. 8. szám, 2014. 10. szám) miatt,
 - (ii) a Blikk felelőssége a Blikk Nők XI. évfolyam 30. szám és Blikk Egészség 2015. 5. szám (2015. június 10.) miatt és
 - (iii) a Daylight felelőssége a Páciens Magazin 2016. II. évfolyam 7. száma miatt
- megállapítható az Fttv. 9. § (3) bekezdése alapján a kereskedelmi kommunikáció megjelenítési módjával összefüggő okból eredő jogsértésért, mivel a kereskedelmi kommunikációt megismerhetővé tette és ezzel összefüggésben szolgáltatást nyújtott, és a (fizetett jellegre utaló, pl. hirdetés vagy fizetett hirdetés) megjelölés elmaradása nem a Novonex utasításának végrehajtásából eredt.

VIII.8. Kötelezettségvállalás

343. A Ringier és a Blikk 2018. november 6-án kelt, a GVH-hoz 2016. november 8-án érkezett VJ/91-162/2016. és VJ/91-163/2016. számú beadványukkal kötelezettségvállalás iránti nyilatkozatot terjesztettek elő.
344. A nyilatkozatok szerint a Ringier és a Blikk vállalják, hogy létrehoznak egy olyan egy-két oldalas, színes tájékoztató anyagot (digitális, valamint A5-ös szórólap formátumban), amely a szerkesztői tartalomnak álcázott reklámokkal, a reklámoknak és egyéb szponzorált/támogatott tartalmaknak minden más, reklámtól mentes tartalmaktól való elhatárolásával kapcsolatos szabályokra hívja fel a figyelmet. Ezen tájékoztató anyag részére weboldalaikon olyan kiemelt helyet biztosítanak, ahol az bárki számára könnyen észlelhető és hozzáférhető, illetve vállalják, hogy ezt a tájékoztató anyagot partnereik rendelkezésére bocsátják a hirdetői tárgyalások során.
345. A Ringier és a Blikk vállalja továbbá, hogy a szerkesztői tartalomnak álcázott reklámokkal, a reklámoknak és egyéb szponzorált/támogatott tartalmaknak minden más, reklámtól mentes tartalmaktól való elhatárolásával kapcsolatos előírásokra külön felhívják munkavállalóik figyelmét, és ehhez külön oktatást szerveznek számukra, illetve, hogy a szerkesztői tartalomnak álcázott reklámokkal kapcsolatos szabályozás részletes ismertetésével, közérthető, világos formában kiegészítik belső szabályzataikat, és ezen kiegészítésre kifejezetten felhívják munkavállalóik figyelmét.
346. Ezen túl vállalják, hogy az általuk megjelentetett sajtótermékek impresszum részében felhívják olvasóik figyelmét, hogy a lap támogatott cikkeket is tartalmaz, amelyet az adott cikkeknél elhelyezett „Hirdetés” vagy „Szponzorált tartalom” felirat jelez.
347. Végül vállalják, hogy egyeztetéseket kezdeményeznek szakmai szervezetekkel (Magyar Reklámszövetséggel, Magyar Lapkiadók Egyesületével) a szerkesztői tartalomnak álcázott reklámokkal kapcsolatos előírásokra, a reklámoknak és egyéb szponzorált tartalmaknak minden más reklámtól mentes tartalmaktól való elhatárolásával kapcsolatos figyelemfelhívás széles körű, versenytársakat és reklámozókat egyaránt érintő terjesztése érdekében.
348. A Ringier és a Blikk kérték a vállalás elfogadását az alábbi körülményekre figyelemmel.
349. Előadásuk szerint a fenti kötelezettségvállalási lépésekkel a céljuk, hogy a piac szereplőinek figyelmét felhívják a jelen eljárás tárgyában érintett jogi szabályozás mibenlétére, annak részleteire, hogy eloszlassák az esetlegesen felmerülő tévhiteket és elmélyítsék a jogi szabályozás, az annak kapcsán kialakult hatósági elvárások ismeretét és segítsék mind a versenytársak, mind a reklámozók, mind pedig a fogyasztók tudatosságának fejlődését is. Véleményük szerint a szakmai szervezetek bevonásával egy olyan folyamat indulhat el, amely hosszú távon képes lehet eredményt mutatni azáltal, hogy nem csak egy-egy piaci szereplőhöz jut el az információ. Álláspontjuk szerint hosszú távon eredmény azáltal érhető el, ha a reklámozói szegmens tudatosabbá válása mellett és annak következtében a reklámközvetítői oldalon sem csak egy-két piaci szereplő végzi jogszerűen a tevékenységét.
350. Előadták továbbá, hogy mindezek együtt képesek biztosítani a közérdek hatékony védelmét azáltal, hogy a tárgyi ügy keretein túlnyúlva iránymutatást adnak és felhívják a piac szereplőinek figyelmét a vonatkozó szabályozásra, valamint a szabályok be nem tartásának következményeire, miközben a fogyasztók számára további támpontot adnak az egyes tartalmak megítélésére, azok értelmezésére vonatkozóan.

351. Kérték továbbá figyelembe venni az eljárás tárgyát képező megjelenések, valamint az eljárás megindítása óta eltelt idő hosszúságát is.
352. A fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése tárgyában indult versenyfelügyeleti eljárásokban tett kötelezettségvállalási nyilatkozatok megítéléséről a Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének 6/2014. számú közleménye (a továbbiakban: Közlemény) részletezi azokat a szempontokat, amelyek alapján a GVH megítéli az Fttv. megsértése tárgyában indult eljárásban a Tpvt. 75. §-a, illetve az Fttv. 27. §-ának (3) bekezdése alapján benyújtott kötelezettségvállalási nyilatkozatokat.
353. A jelen esetben az eljáró versenytanács nem lát lehetőséget a kötelezettségvállalási nyilatkozat elfogadására az alábbiakra tekintettel. A Közlemény 36. a-f) pontjai rögzítik azon körülményeket, amelyek fennállta esetén a GVH csak kivételesen indokolt esetben fogadja el a kötelezettségvállalási nyilatkozatot. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat esetében a fent leírtak alapján négy pont szerinti körülmény fennállta is megállapítható, az érintett pontok, illetve körülmények pedig az alábbiak:
- a) a vizsgált kereskedelmi gyakorlat az Fttv. mellékletében szerepel;
 - b) az adott kereskedelmi gyakorlat megítélése kapcsán már a kereskedelmi gyakorlat tanúsítását megelőzően kikristályosodott a joggyakorlat, s a vállalkozások egyértelmű eligazítással bírhattak a jogszerű magatartással szembeni elvárás tekintetében;
 - d) a kereskedelmi gyakorlat jelentős súlyúnak minősül, így különösen ha jelentős számú fogyasztót érint és alkalmas arra, hogy a fogyasztóknak jelentős hátrányt okozzon;
 - f) jogszabályi rendelkezés már a kereskedelmi gyakorlat tanúsítását megelőzően egyértelmű eligazítást nyújtott a vállalkozások által tanúsítandó kereskedelmi gyakorlatot illetően.
354. Ugyanakkor a kötelezettségvállalás elfogadhatóságának különösen indokolt esete az eljáró versenytanács szerint nem áll fenn, mivel
- a kötelezettségvállalás benyújtására az eljárás késői, versenytanácsai szakaszában került sor, a vizsgálati szakasz – mely jelentős munkaterhet ró a GVH-ra – már befejeződött. Így a várt eljárásbeli költséghatékonyság (Közlemény 9. c), 29. pont) nem valósulhatott meg,
 - a kötelezettségvállalás elfogadásával elérhető várható előnyöknél nagyobb súllyal bír a tényállás teljes körű tisztázásához és az adott kereskedelmi gyakorlat jogi minősítéséhez fűződő közérdek (Közlemény 9. b), 35. d) pont).

VIII. 9. Összegző értékelés

355. Az eljáró versenytanács megállapítja a Tpvt 76. § (1) bekezdésének e) pontja alapján, hogy a Novonex 2014. május 24. napjától a Novo C Plus C-vitamint tartalmazó étrendkiegészítő készítmény népszerűsítése során alkalmazott

„A liposzómális technológia lehetővé teszi a C-vitamin kiváló hasznosulását a szervezetben.”

„A liposzómális technológia a ma ismert egyik legfejlettebb technológia a C-vitamin sejtekhez való célzott eljuttatásában. A tudomány és a természet ötvözésével kiemelkedően magas felszívódást tesz lehetővé a véráramba és a sejtekbe.”

„Klinikailag igazolt felszívódási hatékonyság”

„1000 mg hagyományos C-vitaminnál akár a C-vitamin 80%-a kiürül anélkül, hogy a szervezet hasznosítani tudná”

„Nem nagy dóziszokat kell szedni, hanem olyan készítményt, melynek a C-vitamin tartalma valóban hatékonyan képes felszívódni a szervezetbe. A liposzómális technológiával előállított C-vitamin ebből a szempontból újdonságnak számít”

„forradalmi áttörés a C-vitamin felszívódásában”,

valamint az ezekkel egyező üzenetű egészségre vonatkozó hatás állításokkal tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot valósított meg, amivel megsértette az 1169/2011/EU rendelet 7. cikkének (1) bekezdésének b) pontjában foglaltakat, valamint megvalósította Fttv. 6. §-ának (1) bekezdés b) pontjának bj) alpontjában foglaltakat, és ezzel megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében foglalt tilalmat.

356. Továbbá az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a Novonex és

- a Ringier

o a Kiskegyed

- 2014. 23. évfolyam, 29. száma,
- 2014. 23. évfolyam, 38. száma,
- 2014. 23. évfolyam 42. száma,
- 2014. 23. évfolyam, 49. száma,
- 2014. 23. évfolyam 50. száma,

o a Kiskegyed Fitt

- 2014. VII. évfolyam 3. száma,
- 2014. VII. évfolyam 4. száma,

o a Kiskegyed Konyhája

- 2014. XXII. évfolyam 8. száma,
- 2014. 12. száma,

o a Hölgvilág

- 2014. 8. szám,
- 2014. 10. száma,

- a Blikk

o a Blikk Nők 2015. XI. évfolyam, 30. száma,

o a Blikk Egészség 2015. 5. száma (2015. június 10.),

- a Daylight
 - o a Páciens Magazin 2016. II. évfolyam 7. szám

vonatkozásában szerkesztői tartalomnak álcázott reklám megjelenítése miatt tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, mely az Fttv. melléklete 11. pontjának megvalósításával megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat.

357. A jogsértés megállapítása mellett a Versenytanács a Tpv. 76. § (1) bekezdés g) pontja alapján megtiltja a jogsértő magatartás további folytatását a Novonex számára és a Tpv. 76. § (1) bekezdés k) pontja alapján bírságot szab ki a Novonex-szel, a Blikkel és a Ringier-vel szemben.

358. A Daylighttal szemben az eljáró versenytanács a Tpv. 76. § (1) bekezdés l) pontja alapján figyelmeztetést alkalmaz, valamint arra vonatkozó kötelezettség előírását, hogy a Daylight alakítson ki a versenyjogi előírásoknak való megfelelést és jogsértés megelőzését biztosító belső eljárásrendet.

359. Az eljáró versenytanács a Ket. 31. § (1) bekezdés i) pontja alapján megszünteti az eljárást a következő állítások vonatkozásában:

- „a leghatékonyabb felszívódásért”
- „a legnépszerűbb hosszán tartó hatású C-vitamin készítményhez képest”

VIII.10. Jogkövetkezmények

360. Az eljáró versenytanács a jogsértés megállapításán túl a Tpv. 76. §-a (1) bekezdése alapján jogkövetkezmények meghatározását is indokoltnak tartja.

361. Három eljárás alá vont esetben az eljáró versenytanács indokoltnak tartja bírság meghatározását a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdés a) pontja alapján.

362. A Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének a fogyasztóvédelmi típusú ügyekben kiszabott bírság meghatározásának szempontjairól szóló, 12/2017. számú közleménye¹⁷⁷ (a továbbiakban: Közlemény) részletezi azokat a szempontokat, amelyek alapján a GVH meghatározza az Fttv. és a Tpv. III. fejezete, illetve valamennyi, az Fttv. eljárási szabályaira visszautaló, ezen szabályokra tekintettel alkalmazandó és a GVH hatáskörébe tartozó – fogyasztók és üzletfelek tisztességes tájékoztatását szabályozó – jogszabályi rendelkezések megsértése miatt indított ügyekben kiszabott versenyfelügyeleti bírság mértékét.

363. A Tpv. 78. § (3) bekezdése értelmében a bírság összegét az eset összes körülményeire – így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a jogsértő magatartás ismételt tanúsítására, gyakoriságára – tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny

¹⁷⁷ A közleményt a GVH azon eljárásokban alkalmazza, amelyekben a Tpv. 73. §-a szerinti előzetes álláspont a közlemény közzétételekor, azaz 2017. december 21-én még nem került az eljárás alá vontaknak megküldésre.

veszélyeztetettségének foka, a végső üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

364. A versenyfelügyeleti bírság kiszabásának célja az, hogy a vállalkozásokat visszatartsa a tisztességtelen magatartástól, és egyúttal megteremtse a gazdasági verseny tisztességét. A bírság összegének megállapítása során a GVH ezért szem előtt tartja, hogy a bírság kiszabásának célja az egyedi és általános elrettentés is, így a bírság összegének alkalmasnak kell lennie arra, hogy a vállalkozás számára a jogsértő magatartásért megfelelő büntetést helyezzen kilátásba, ami a jogsértés gazdasági jelentőségét is kifejező szankció alkalmazását teszi szükségessé.
365. Emellett a bírság összegének ösztönöznie kell azt is, hogy mind az adott vállalkozást, mind pedig a hasonló helyzetben lévő vállalkozásokat visszatartsa a (további) jogsértések elkövetésétől, egyben megerősítse a jogkövető vállalkozásokat abban, hogy a tisztességes üzleti magatartás a helyénvaló. Ez a cél pedig csak olyan mértékű bírsággal valósítható meg, amely a versenyjogsértést megvalósító vállalkozásnak arányos, de érezhető megterhelést jelentő anyagi hátrányt okoz.
366. A Közlemény 11. pontja értelmében a GVH fontosnak tekinti a magatartással arányos bírság követelményét is, amely oly módon érvényesül, hogy a Közlemény alapján kiszabott bírság az adott vállalkozás által elkövetett jogsértés súlyához, valamint a feltárt enyhítő és súlyosító körülményekhez igazodik, és nem az adott jogsértésben esetleg résztvevő többi vállalkozásra kiszabott bírsághoz.
367. Ezzel egyidejűleg a GVH a jogsértés miatt kárt szenvedett vagy hátrányosabb helyzetbe került fogyasztók, vállalkozások lehetőség szerinti kompenzálását, saját erőforrásainak lehető leghatékonyabb felhasználását is kiemelt célnak tekinti, amelyhez a bírságolási gyakorlat is hozzájárulhat a tevőleges jóvátétel, a megfelelési erőfeszítések és az együttműködés egyéb formái bírságsökkentő tényezőként való figyelembevétele révén történő ösztönzésével.
368. A Közlemény 13. pontja értelmében a fenti célokra is figyelemmel a kiszabandó bírság összegének a meghatározása alapvetően öt, egymást követő lépésben történik. Az eljáró versenytanács először meghatározza a bírság kiinduló összegét, majd az adott ügyben figyelembe veendő, a jogsértés súlyát, hatását enyhítő és súlyosító körülmények mérlegelésével meghatározza a bírság alapösszegét, ezt követően – amennyiben indokolt – az esetleges korrekciós tényezőkre tekintettel megváltoztatja az alapösszeget, majd figyelemmel van a vállalkozások együttműködésére, végül pedig mérlegeli az esetleges fizetési nehézségekre tekintettel alkalmazható könnyítéseket.

VIII.10.1. Novonex

369. A Novonex esetében a bírság kiinduló összegének meghatározása során az eljáró versenytanács a Közlemény III. fejezete alapján eljárva a jogsértő kereskedelmi kommunikáció nettó költségét, mint főszabályt kívánja jelen ügyben figyelembe venni, mert nem azonosított olyan körülményt,¹⁷⁸ mely miatt a kommunikációs költség összege ne adna megfelelő viszonyítási alapot. A Novonex-nek a jogsértő kereskedelmi gyakorlatra

¹⁷⁸ például a Közlemény 19. pontjában hivatkozott esetek: a jogsértés jellege folytán a kommunikációs költség irreleváns, a kereskedelmi gyakorlat jellegére tekintettel nincs érdemi kommunikációs költség, a költségek nem tükrözik a kommunikáció hatásosságát, hatékonyságát, stb.

vonatkozó kereskedelmi kommunikációval kapcsolatos költsége összesen nettó [ÜZLETI TITOK] forint volt,¹⁷⁹ mely tehát a bírság kiinduló összegeként szolgál.

370. A Novo C Plus termékkel kapcsolatban 2014. május 24. napjától használt reklámeszközöket, megjelenési jellemzőit és költségeit a 6. sz. melléklet tartalmazza. A melléklet kommunikációs eszközönként egyenként tartalmazza, hogy az adott kommunikációs eszközben milyen jogsértő állítás szerepelt és mennyi volt az adott kommunikációs eszközhöz kapcsolódó költség. Az eljáró versenytanács rögzíti, hogy a Novonex többszöri kérés ellenére¹⁸⁰ nem csatolta a 2016. november 1. napja és 2018. június 30. napja közötti időszakban használt kommunikációs anyagokat, valamint a 2014. május 24. és 2016. november 1. napja közötti időszak kommunikációs anyagait csak hiányosan csatolta. Mivel a Novonex úgy nyilatkozott, hogy az adott időszakban hiányzó kommunikációs eszközök tartalma megegyezik az adott időszakra vonatkozó egyéb kommunikációs eszköz tartalmával, valamint, hogy egységes reklámkampányt folytatott¹⁸¹, a hiányzó kommunikációs eszközök közül az eljáró versenytanács kizárólag ahhoz a kommunikációs eszközhöz kapcsolódó költséget vette figyelembe, amelynek tartalma az egyéb becsatolt kommunikációs anyagok alapján vélelmezhetően jogsértő volt.
371. A Közlemény 23-24. pontja alapján a kiinduló összeg fentiek szerinti meghatározását követően kerül sor az alapösszeg kiszámítására, amely a jogsértés súlyát, hatását és a vállalkozás jogsértéshez való viszonyulását kifejező súlyosító és enyhítő körülmények figyelembevételére ad lehetőséget. Kis jelentőségű súlyosító körülmény a bírság kiinduló összegét 0-5% közötti mértékben, közepes jelentőségű 5-15%-kal, míg a kiemelt jelentőségű 15-25%-kal növeli. Hasonlóképpen, a kis jelentőségű enyhítő körülmény a bírság kiinduló összegét 0-5% közötti mértékben, a közepes jelentőségű 5-15%-kal, míg a kiemelt jelentőségű 15-25%-kal csökkenti.
372. Az eljáró versenytanács kiemelt súlyosító körülményként értékeli a Közlemény 29. pontja alapján, hogy a termék bizalmi terméknek tekinthető, és a fogyasztó még a termék elfogyasztását követően sem tud egyértelműen megbizonyosodni arról, hogy az elért eredmény minek köszönhető és hogy a terméknek egyáltalán van-e eredménye, volt-e hatása.
373. A Közlemény 34. pontja alapján az eljáró versenytanács közepesen súlyosító körülményként értékeli a kereskedelmi gyakorlat intenzitását. Ezt indokolja, hogy a jogsértő gyakorlat huzamosabb ideig, több évig tartott, valamint a jogsértő kereskedelmi gyakorlat egyes elemei egymásra épültek, hiszen különösen a sajtóban megjelenő PR cikkek egyik célja a sajtóban megjelenő direkt hirdetések megmagyarázása, kifejtése volt.
374. A Közlemény 41. pontja alapján az eljáró versenytanács közepesen súlyosító körülményként értékeli, hogy a Novonex az Fttv. 3. § (1) bekezdését nemcsak az Fttv. 6. §

¹⁷⁹ Az összköltség részletes kiszámításával kapcsolatban lásd a határozat 6. sz. mellékletét

¹⁸⁰ Lásd: VJ/91-1/2016. sz. végzés 1. pont, VJ/91-102/2016. sz. végzés 3-4. pont, VJ/91-167/2016. sz. végzés 1-2. pont

¹⁸¹ VJ/91-178/2016. sz. irat. Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a vizsgált időszakban mind a PR cikkek, mind a direkt hirdetések tekintetében az látszik, hogy az alkalmazott kommunikációs eszközök a szöveg tördelésétől eltekintve szinte teljes mértékben megegyeztek – a hiányzó kommunikációs eszközök tartalma ebből következően is nagy valószínűséggel megegyezik a rendelkezésre álló többi kommunikációs eszközével.

(1) bekezdés b) pont bj) alpontjának megvalósításával, hanem az Fttv. mellékletének 11. pontja megvalósításával is megsértette.

375. Az eljáró versenytanács kis jelentőségű enyhítő körülményként veszi figyelembe, hogy az egyes reklámeszközök nem kizárólag jogsértő üzenetet tartalmaznak, összhatásukat tekintve azonban a jogsértő üzenetek szerepeltek bennük leghangsúlyosabban.
376. Az alapösszeg meghatározását követően kerül sor a Közlemény értelmében
- a jogsértés esetleges ismétlődésének,
 - a jogsértéssel elért előnynek,
 - az elrettentő hatásnak, és
 - a Tpv. 78. §-ában meghatározott bírság maximumának a figyelembe vételére.
377. A versenytanácsi gyakorlat értelmében súlyosabb szankció alkalmazandó az ismétlődő jogsértések esetén. A Közlemény 55. pontja értelmében ismétlődő jogsértésnek minősül, ha egy vállalkozás ugyanolyan vagy hasonló jogsértést tanúsít folytatólagosan vagy ismételten azt követően, hogy a GVH vagy más hatóság megállapította a Közlemény 3. pontjában hivatkozott, a fogyasztók, illetőleg az üzletfelek tisztességes tájékoztatását szabályozó jogszabályi rendelkezések megsértését.
378. A Novonex felelőssége 2015. augusztus 6-án a VJ/48-71/2014. (nem betekinhető) és VJ/48-74/2014. számú (betekinhető) versenytanácsi határozatokban megállapításra került az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontjában foglalt tényállás megvalósításával az Fttv. 3. § (1) bekezdésében rögzített tilalom megsértése miatt. A Közlemény 55. pontja az ismételt jogsértés megállapíthatóságához a törvényi tényállás teljes azonosságát nem kívánja meg.¹⁸² Tekintettel arra, hogy a VJ/48-71/2014. és VJ/48-74/2014. számú határozatok meghozatala óta a jelen határozat meghozataláig a 10 év nem telt el, így az ismétlődő jelleg figyelembe veendő. Mindezekre tekintettel a jogsértés ismétlődő jellegét az eljáró versenytanács jelentős súlyú bírságnövelő tényezőnek tekinti.
379. Az eljáró versenytanács a jelen ügyben jogsértéssel elért – a bírság körében egyértelműen figyelembe vehető – előnyt nem azonosított, illetve nem tartotta indokoltnak a bírságösszegre figyelemmel az elrettentő hatás önálló figyelembevételét sem.
380. A bírságösszeg utolsó lépésének meghatározásaként az eljáró versenytanács utalni kíván arra, hogy a Tpv. 78. § (1b) bekezdése alapján a bírság összege legfeljebb a vállalkozás utolsó üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet. A Novonex nettó értékesítési árbevétele 2017-ben 256.625.000 forint¹⁸³ volt.
381. Mivel mind a kiinduló összeg, mind az alapösszeg jelentősen meghaladja a Tpv. 78. § (1b) pontjában szereplő bírságmaximum összegét (25.662.500, Ft-ot), ezért az eljáró versenytanács a törvényi maximumra szállította le a kiszabandó versenyfelügyeleti bírság összegét.
382. Az eljáró versenytanács rögzíti, hogy a Tpv. – jelen eljárásban alkalmazandó – 78. § (8) és (9) bekezdése alapján – habár a Novonex KKV-nak minősül –, nem alkalmazható a Novonex-szel szemben bírság kiszabása helyett figyelmeztetés, hiszen a Novonex

¹⁸² Lásd: a Legfelsőbb Bíróság Kfv.II.37.453/2009/5. számú döntése (VJ/114/2007).

¹⁸³ VJ/91-113/2016. sz. irat

felelőssége a VJ/48/2014. ügyben már megállapításra került, így nem teljesül az a feltétel, mely szerint a jogsértés első esetben fordul elő. Továbbá a jogsértő egészségre gyakorolt hatás állítások kapcsán a Novonex az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pont bj) alpontjának megvalósításával az Fttv. 3. § (1) bekezdésének megsértése mellett az 1169/2011/EU rendelet 7. cikkének (1) bekezdésének b) pontjában foglaltakat is megsértette. Az Európai Unió jogának sérelmére tekintettel tehát a Novonex-szel szemben akkor sem lenne alkalmazható figyelmeztetés, ha a jelen ügyben első alkalommal kerülne megállapításra a felelőssége.

VIII.10.2. Ringier

383. A Közlemény 16. pontja értelmében a Ringier esetében a bírság kiinduló összegének az eljáró versenytanács azt az összeget tekinti, melyet a Novonex a Ringiernek az összesen tizenegy jogsértéssel érintett újságban megjelenő PR cikkekre tekintettel fizetett.
384. A Ringier esetében a számlák alapján a direkt hirdetések és PR cikkek igazolt költsége összesen [ÜZLETI TITOK] forint. A számlák alapján nem különíthető el a PR cikkek és a direkt hirdetések ellenértéke, azonban a Ringier jogsértése csak a PR cikkekre terjed ki, a direkt hirdetésekre nem. A Ringier maga nem terjesztett elő semmilyen arányosítást vagy egyéb megosztást, melyből kiderülne, hogy a fenti összegből pontosan mennyi lenne a PR cikkek ellenértéke, ezért az eljáró versenytanács a [ÜZLETI TITOK] forint igazolt, teljes költséget arányosítja a lentiek szerint.
385. A Blikknél egyértelműen megállapítható, hogy a Blikk Nők esetében a teljes kommunikációs költségéhez viszonyítva $([ÜZLETI TITOK] + [ÜZLETI TITOK] = [ÜZLETI TITOK] \text{ forint})^{184}$ a PR cikk ellenértéke [ÜZLETI TITOK] forint volt, tehát teljes költség 40%-át jelentette a PR cikk ellenértéke. A Blikk Egészség esetében a teljes kommunikáció költségéhez viszonyítva $([ÜZLETI TITOK] + [ÜZLETI TITOK] = [ÜZLETI TITOK] \text{ forint})^{185}$ a PR cikk [ÜZLETI TITOK] forintba került, tehát a PR cikk ellenértéke a teljes költség 33%-a volt. A Blikk esetén a PR cikkek ellenértéke átlagosan a teljes költség 37%-a volt.
386. A Blikk megrendelés visszaigazolása 2015-ös keltezésű, míg a Ringier megrendelés visszaigazolásai 2014-es keltezésűek, vagyis a Blikk viszonylag rövid idővel a Ringier után határozta meg a PR cikkek árát. Ezért, és mivel a Blikk és a Ringier egy vállalkozáscsoportba tartozik, az eljáró versenytanács álláspontja szerint a Blikk által alkalmazott átlagérték a Ringier esetében irányadóként szolgálhat az arányosításra.
387. A Ringier esetében a releváns kommunikációs költség 37%-a [ÜZLETI TITOK] forint, melyet a fentiek alapján az arányosítás folytán az eljáró versenytanács a bírság kiinduló összegeként tekint.
388. A Közlemény 23-24. pontja alapján a kiinduló összeg fentiek szerinti meghatározását követően kerül sor az alapösszeg kiszámítására, amely a jogsértés súlyát, hatását és a vállalkozás jogsértéshez való viszonyulását kifejező súlyosító és enyhítő körülmények fentiekben már ismertetett módon való figyelembevételére ad lehetőséget.

¹⁸⁴ Lásd: VJ/91-20/2016. sz. irat 1. melléklete

¹⁸⁵ Lásd: VJ/91-20/2016. sz. irat 2. melléklete

389. Az eljáró versenytanács az alapösszeg meghatározása kapcsán a felróhatóság körében a Közlemény 41. pontja értelmében súlyosító körülményként veszi figyelembe, hogy a jogsértés nem pusztán egy-egy izolált esetben nyilvánult meg, hanem sorozatszerűen, ismétlődően. Az eljáró versenytanács e körben nyomatékosan utal a Kiskegyed 2014. 23. évfolyam 29. számára, 2014. 23. évfolyam 38. számára, 2014. 23. évfolyam 42. számára, 2014. 23. évfolyam 49. számára és 2014. 23. évfolyam 50. számára, melyekre vonatkozóan egyetlen megrendelés visszaigazolása került kiállításra,¹⁸⁶ és melyek esetében szisztematikusan, az összes megrendelt PR cikk vonatkozásában hiányzik a fizetett tartalomra történő utalás.
390. Az eljáró versenytanács a felróhatóság magasabb fokaként értékeli, hogy a Ringiernek tisztában kellett azzal lennie, hogy a médiaszabályozás is tiltja a burkolt reklámot. Mind a Magyar Public Relations Szövetség állásfoglalása, mind a Magyar Újságírók Országos Szövetségének „Újságírói etikai kódexe”, mind az ágazati szabályozás, így különösen a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvény és a sajtószabadságról és a médiatartalmak alapvető szabályairól szóló 2010. évi CIV. törvény¹⁸⁷ egyértelműen megfogalmazza azt a követelményt, hogy a kiadók jól észrevehetően jelöljék meg a fizetett, támogatott tartalmakat. A fentiek miatt az eljáró versenytanács a Ringier felróhatóságát kiemelten súlyosító körülményként értékeli.
391. Az eljáró versenytanács az alapösszeg meghatározása körében enyhítő körülményt nem azonosított.
392. A Ringier enyhítő körülményként kérte figyelembe venni, hogy a termék forgalomba hozataltól el nem tiltott termék, a GVH gyakorlatának megfelelő jogkövető magatartást tanúsított, nem fogadott el a szerkesztői tartalomért ellenszolgáltatást, és a szerkesztői tartalmakat lapozással választotta el a Novonex hirdetésétől. E körben az eljáró versenytanács rögzíti, hogy a jogkövető magatartás tanúsítása önmagában nem tekinthető enyhítő körülménynek, hiszen ez lenne az elvárt a piac minden szereplőjével szemben, másrészt a Ringier vizsgált magatartása a GVH megállapítása szerint nem tekinthető jogkövetőnek, hanem éppen ellenkezőleg, jogsértőnek. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint ellenbizonyítást nyert az az állítás, hogy a Ringier nem fogadott el ellenszolgáltatást a hirdetésekért.
393. Az a körülmény, hogy a PR cikk és a direkt hirdetések nem azonos oldalpáron voltak láthatók, hanem lapozni kellett, nem tekinthető enyhítő körülménynek. E körben egyrészt a Ringier sem hivatkozott olyan joggyakorlatra, mely alátámasztaná, hogy e körülményt enyhítő körülményként figyelembe kellene venni. Másrészt az eljáró versenytanács álláspontja szerint azzal, hogy a fogyasztónak lapoznia kellett, a fogyasztó számára nem vészett el a kapcsolat a PR cikk és a direkt hirdetés között. E körben az eljáró versenytanács nyomatékosan utal a jogi értékelésben kifejtettekre, melyben megállapította, hogy tartalmilag erős kapcsolat mutatható ki a PR cikkek és a direkt hirdetések között különösen
- PR cikk címe mint direkt hirdetés szlogene („Szedje nyáron is”),

¹⁸⁶ Lásd: VJ/91-2/2016. számú adatszolgáltatás 6.1. melléklet 34. oldal

¹⁸⁷ Ezekről részletesebben lásd: Zavodnyik József (2018): Nagykommentár a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvényhez, Fttv. melléklet 11. pontjára vonatkozó rész.

- a PR cikkek fejezetcímei mint a direkt hirdetés szlogenei (például: „A lényeg a hasznosulás”),
- és az egyes PR cikkek vásárlásra vonatkozó tanácsai, melyek a direkt hirdetés apróbetűs részében köszönnek vissza (például „génmódosítás mentes összetevőkből”) miatt,

továbbá utalni kíván a megrendelés visszaigazolásán szereplő „[ÜZLETI TITOK]” felíratra, mely önmagában arra utal, hogy a Novonex és a Ringier a lapozástól függetlenül abban állapodott meg, hogy a PR cikk a direkt hirdetés környezetében legyen. A felirat tehát önmagában ellentmond annak, hogy pusztán a lapozás folytán megszűnne a kapcsolat a direkt hirdetés és a PR cikk között.

394. Az alapösszeg meghatározását követően kerül sor a Közlemény értelmében

- a) a jogsértés esetleges ismétlődésének,
- b) a jogsértéssel elért előnynek,
- c) az elrettentő hatásnak, és
- d) a Tpv. 78. §-ában meghatározott bírság maximumának a figyelembe vételére.

395. Az eljáró versenytanács a jelen ügyben a jogsértés ismétlődését, illetve a jogsértéssel elért – a bírság körében egyértelműen figyelembe vehető – előnyt nem azonosított.

396. Az eljáró versenytanács indokoltan tartja a bírságösszeg növelését a megfelelő speciális és generális prevenciós hatás érdekében a Közlemény 10. pontjára figyelemmel, annak 61. és 62. pontjai értelmében, különös tekintettel arra, hogy a Ringier a jogsértés által érintett piacon jelentős árbevétellel bír, és ezért számára a fentiek alapján számított bírság nem jelentene érzékelhető terhet. Ezért az eljáró versenytanács a bírság összegét 5.000.000,- Ft-ban határozta meg.

397. Az együttműködés körében az eljáró versenytanács a benyújtott kötelezettségvállalási nyilatkozat kapcsán megjegyzi, hogy az eljáró versenytanács felhívta a Ringier-t, hogy nyilatkozzon azzal összefüggésben, hogy az utólagos megfelelési erőfeszítésként értékelni kért kötelezettségvállalási nyilatkozata tekintetében miként tesz illetve kíván eleget tenni a Közlemény 85. és 86. pontjában meghatározott kritériumoknak illetve, hogy nyilatkozatához mellékelve csatolja a tervezett vállalását, melynek utólagos megfelelési erőfeszítésként történő elbírálását kéri, valamint jelölje meg az annak a végrehajtására vállalt határidőt.¹⁸⁸ Nyilatkozatában a Ringier előadta, hogy a társaság megkezdte egy átfogó hirdetés ellenőrzési belső szabályzatrendszer kidolgozását, a hirdetési általános szerződési feltételeinek átdolgozását, konferenciát szervezett melyen szerepelt a szerkesztői tartalomnak álcázott reklám kérdésköre is, valamint belső képzéseket, workshopot szervezett. Hangsúlyozta, hogy ezeket lépéseket a jelen eljárástól és az abban korábban tett kötelezettségvállalási nyilatkozattól függetlenül tette, azonban kérte, hogy ezen lépéseket, valamint a Társaság együttműködési szándékát (melyet a korábban tett kötelezettségvállalási nyilatkozat is mutat) a Gazdasági Versenyhivatal enyhítő körülményként vegye figyelembe.¹⁸⁹

¹⁸⁸ VJ/91-196/2016. sz. irat

¹⁸⁹ VJ/91-200/2016. sz. irat

398. A felhívás ellenére a Ringier konkrét vállalást nem nyújtott be, illetve a már megtett intézkedéseket nem mutatta be részleteiben, valamint a Közlemény 85-86 pontjaiban foglaltak teljesülését nem indokolta. Ezért az eljáró versenytanács a benyújtottakat nem tudta utólagos megfelelési erőfeszítésként értékelni és így a Közlemény 83. pontja szerinti 5%-os bírságcsökkenést alkalmazni.
399. A bírságösszeg utolsó lépésének meghatározásaként az eljáró versenytanács utalni kíván arra, hogy a Tptv. 78. § (1b) bekezdése alapján a bírság összege legfeljebb a vállalkozás utolsó üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet. A Ringier nettó értékesítési árbevétele 2017-ben 6.771.742.000 forint (21,834.468 Euro)¹⁹⁰ volt, melyre tekintettel megállapítható, hogy a bírságösszeg jóval kisebb, mint a törvényi bírságmaximum.

VIII.10.3. Blikk

400. A Közlemény 16. pontja értelmében a Blikk esetében a bírság kiinduló összegének az eljáró versenytanács azt az összeget tekinti, melyet a Novonex a Blikknek az összesen két jogsértéssel érintett újságban megjelenő hirdetésekre tekintettel nyújtott. A Blikk jogsértése esetében a számlák alapján elkülöníthető a PR cikkek ellenértéke, melyre tekintettel a Blikk esetében a számlák alapján figyelembe veendő, jogsértő kereskedelmi kommunikáció igazolt költsége összesen [ÜZLETI TITOK] forint.
401. A Közlemény 23-24. pontja alapján a kiinduló összeg fentiek szerinti meghatározását követően kerül sor az alapösszeg kiszámítására, amely a jogsértés súlyát, hatását és a vállalkozás jogsértéshez való viszonyulását kifejező súlyosító és enyhítő körülmények fentiekben már bemutatott figyelembevételére ad lehetőséget.
402. Az eljáró versenytanács a felróhatóság magasabb fokaként kiemelten súlyosító körülményként értékeli, hogy a Blikknek tisztában kellett azzal lennie, hogy a médiaszabályozás is tiltja a burkolt reklámot. Mind a Magyar Public Relations Szövetség állásfoglalása, mind a Magyar Újságírók Országos Szövetségének „Újságírói etikai kódexe”, mind az ágazati szabályozás, így különösen a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvény és a sajtószabadságról és a médiatartalmak alapvető szabályairól szóló 2010. évi CIV. törvény¹⁹¹ egyértelműen megfogalmazza azt a követelményt, hogy a kiadók jól észrevehetően jelöljék meg a fizetett, támogatott tartalmakat.
403. Az eljáró versenytanács az alapösszeg meghatározása körében enyhítő körülményt nem azonosított.
404. A Blikk enyhítő körülményként kérte figyelembe venni, hogy a termék forgalomba hozataltól el nem tiltott termék, a GVH gyakorlatának megfelelő jogkövető magatartást tanúsított, nem fogadott el a szerkesztői tartalomért ellenszolgáltatást, és a szerkesztői tartalmakat lapozással választotta el a Novonex hirdetésétől. E körben az eljáró versenytanács rögzíti, hogy a jogkövető magatartás tanúsítása önmagában nem tekinthető enyhítő körülménynek, hiszen ez lenne az elvárt a piac minden szereplőjével szemben, másrészt a Blikk vizsgált magatartása a GVH megállapítása szerint nem tekinthető

¹⁹⁰ Átszámítás a 2017. decemberi, 310,14 Ft árfolyam alapján történt <https://www.mnb.hu/letoltes/hu/0301-arfolyam.xls>

¹⁹¹ Ezekről részletesebben lásd: Zavodnyik József (2018): Nagykommentár a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvényhez, Fttv. melléklet 11. pontjára vonatkozó rész.

jogkövetőnek, hanem éppen ellenkezőleg, jogsértőnek. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint ellenbizonyítást nyert az az állítás, hogy a Blikk nem fogadott el ellenszolgáltatást a hirdetésekért.

405. Az a körülmény, hogy a PR cikk és a direkt hirdetések nem azonos oldalpáron voltak láthatók, hanem lapozni kellett, nem tekinthető enyhítő körülménynek. E körben egyrészt a Blikk sem hivatkozott olyan joggyakorlatra, mely alátámasztaná, hogy e körülményt enyhítő körülményként figyelembe kellene venni. Másrészt az eljáró versenytanács álláspontja szerint azzal, hogy a fogyasztónak lapoznia kellett, a fogyasztó számára nem vezett el a kapcsolat a PR cikk és a direkt hirdetés között. E körben az eljáró versenytanács nyomatékosan utal a jogi értékelésben kifejtettekre, melyben megállapította, hogy tartalmilag erős kapcsolat mutatható ki a PR cikkek és a direkt hirdetések között például a PR cikkek fejezetcímei kapcsán (például: „*Felszívódási nehézségek*”), mely a direkt hirdetés kulcselemeként köszön vissza („*A leghatékonyabb felszívódásért!*”).
406. Az alapösszeg meghatározását követően kerül sor a Közlemény értelmében
- a) a jogsértés esetleges ismétlődésének,
 - b) a jogsértéssel elért előnynek,
 - c) az elrettentő hatásnak, és
 - d) a Tpvt. 78. §-ában meghatározott bírság maximumának a figyelembe vételére.
407. Az eljáró versenytanács a jelen ügyben a jogsértés ismétlődését, illetve, a jogsértéssel elért – a bírság körében egyértelműen figyelembe vehető – előnyt nem azonosította.
408. Az eljáró versenytanács indokoltnak tartja a bírságösszeg növelését a megfelelő speciális és generális prevenciós hatás érdekében a Közlemény 10. pontjára figyelemmel, annak 61. és 62. pontjai értelmében, különös tekintettel arra, hogy a Blikk a jogsértés által érintett piacon jelentős árbevétellel bír, és ezért számára a fentiek alapján számított bírság nem jelentene érzékelhető terhet. Ezért az eljáró versenytanács a bírság összegét 1.000.000,- Ft-ban határozta meg.
409. Az együttműködés körében az eljáró versenytanács a benyújtott kötelezettségvállalási nyilatkozat kapcsán megjegyzi, hogy az eljáró versenytanács felhívta a Blikk-et, hogy nyilatkozzon azzal összefüggésben, hogy az utólagos megfelelési erőfeszítésként értékelni kért kötelezettségvállalási nyilatkozata tekintetében miként tesz illetve kíván eleget tenni a Közlemény 85. és 86. pontjában meghatározott kritériumoknak illetve, hogy nyilatkozatához mellékelve csatolja a tervezett vállalását, melynek utólagos megfelelési erőfeszítésként történő elbírálását kéri, valamint jelölje meg az annak a végrehajtására vállalt határidőt.¹⁹² Nyilatkozatában a Blikk előadta, hogy a társaság megkezdte egy átfogó hirdetés ellenőrzési belső szabályzatrendszer kidolgozását, a hirdetési általános szerződési feltételeinek átdolgozását, konferenciát szervezett melyen szerepelt a szerkesztői tartalomnak álcázott reklám kérdésköre is, valamint belső képzéseket, workshopot szervezett. Hangsúlyozta, hogy ezeket lépéseket a jelen eljárástól és az abban korábban tett kötelezettségvállalási nyilatkozattól függetlenül tette, azonban kérte, hogy ezen lépéseket, valamint a Társaság

¹⁹² VJ/91-196/2016. sz. irat

együtműködési szándékát (melyet a korábban tett kötelezettségvállalási nyilatkozat is mutat) a Gazdasági Versenyhivatal enyhítő körülményként vegye figyelembe.¹⁹³

410. A felhívás ellenére a Blikk konkrét vállalást nem nyújtott be, illetve a már megtett intézkedéseket nem mutatta be részleteiben, valamint a Közlemény 85-86 pontjaiban foglaltak teljesülését nem indokolta. Ezért az eljáró versenytanács a benyújtottakat nem tudta utólagos megfelelési erőfeszítésként értékelni és így a Közlemény 83. pontja szerinti 5%-os bírságcsökkentést alkalmazni.

411. A bírságösszeg utolsó lépésének meghatározásaként az eljáró versenytanács utalni kíván arra, hogy a Tpvt. 78. § (1b) bekezdése alapján a bírság összege legfeljebb a vállalkozás utolsó üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet. A Blikk nettó értékesítési árbevétele 2017-ben 5.724.798.000 forint (18.458.754 Euro)¹⁹⁴ volt, melyre tekintettel megállapítható, hogy a bírságösszeg jóval kisebb, mint a törvényi bírságmaximum.

VIII.10.4. Daylight

412. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a Tpvt. 78. § (8) és (9) bekezdése alapján a Daylight esetében megállapítható, hogy a Daylight KKV-nak minősül, az eljáró versenytanács első alkalommal állapítja meg a felelősségét, a jogsértés nem valósítja meg az Európai Unió jogába való ütközés esetét, a jogsértés nem közbeszerzési eljárás során valósult meg, és a jogsértéssel érintett fogyasztók körében nem azonosítható a személyek különösen kiszolgáltatott csoportja. Mindezekre tekintettel a Daylight-tal szemben az eljáró versenytanács a bírság kiszabása helyett figyelmeztetést alkalmaz.

413. A figyelmeztetés alkalmazása mellett az eljáró versenytanács a Tpvt. 76. § (1) bekezdés 1) pontja alapján arra vonatkozó kötelezettséget is előír a Daylight számára, hogy a Daylight alakítson ki a versenyjogi előírásoknak való megfelelést és jogsértés megelőzését biztosító belső eljárásrendet és kötelezi, hogy annak teljesülésének részletes igazolását dokumentumokkal alátámasztva 2019. szeptember 1-ig nyújtsa be a Gazdasági Versenyhivatalnak.

414. Amennyiben az eljárás alá vont határidőben nem tesz eleget igazolási kötelezettségének és így a figyelmeztetéssel egyidejűleg előírt intézkedések teljesítése nem lesz ellenőrizhető, a Gazdasági Versenyhivatal mérlegelni fogja az utóvizsgálat, illetve a végrehajtás elrendelésének szükségességét.

415. Továbbá amennyiben hatástalan lesz a megfelelést célzó, újabb jogsértéseket megelőzni hivatott figyelmeztetés és a Gazdasági Versenyhivatal ismét a versenyjogi elvárásoknak nem megfelelő kereskedelmi gyakorlatot valószínűsít, új versenyfelügyeleti eljárást is indíthat az eljárás alá vont ellen, amelyben – jogsértés megállapítása esetén – már nem lesz lehetőség figyelmeztetés alkalmazására. Az eljáró versenytanács felhívja az eljárás alá vont figyelmét, hogy ha a jövőben olyan kereskedelmi gyakorlatot tanúsít, amellyel a jelen határozatban foglalt kötelezést (illetve az erre tekintettel kialakított belső eljárásrendjét) is megsérti, az az adott esetben – az ügy összes körülményeitől is függően – a bírság összegét növelő súlyosító körülmény is lehet (lásd a Közlemény 39. pontját). Ugyanakkor, egy esetleges későbbi magatartás értékelésekor, a megfelelési program betartása – a megfelelés érdekében tett

¹⁹³ VJ/91-199/2016. sz. irat

¹⁹⁴ Átszámítás a 2017. decemberi, 310,14 Ft árfolyam alapján történt <https://www.mnb.hu/letoltes/hu/0301-arfolyam.xls>

konkrét, érdemi és igazolható erőfeszítés – enyhítő körülmény is lehet (lásd a Közlemény 76-82. pontjait).

IX.

Egyéb kérdések

416. A határozat elleni jogorvoslati jog a Tpv. 83. § (1) bekezdésén alapul, az eljárást megszüntető végzéssel szembeni jogorvoslati jogot a Ket. 98. § (3) bekezdés c) pontja és a Tpv. 82. §-a biztosítja.
417. A közigazgatási perrendtartásról szóló 2017. évi I. törvény (a továbbiakban: Kp.) 157. §-ának (7) bekezdése szerint, ha jogszabály bírósági felülvizsgálatot tesz lehetővé, azon 2018. január 1-jétől közigazgatási pert kell érteni. A közigazgatási per szabályait a Kp. határozza meg.
418. A Kp. 29. §-ának (1) bekezdése az elektronikus kapcsolattartásra a polgári perrendtartás szabályait rendeli megfelelően alkalmazni. A polgári perrendtartásról szóló 2016. évi CXXX. törvény 608. §-ának (1) bekezdése szerint az elektronikus ügyintézés és a bizalmi szolgáltatások általános szabályairól szóló 2015. évi CCXXII. törvény (a továbbiakban: E-ügyintézési tv.) alapján elektronikus úton történő kapcsolattartásra kötelezett minden beadványt kizárólag elektronikusan - az E-ügyintézési tv.-ben és végrehajtási rendeleteiben meghatározott módon - nyújthat be a bírósághoz.
419. Az E-ügyintézési tv. 9. §-ának (1) bekezdése alapján elektronikus ügyintézésre köteles az államigazgatási szerv feladat- és hatáskörébe tartozó ügyben ügyfélként eljáró gazdálkodó szervezet és annak jogi képviselője.
420. A Kp. 39. §-ának (6) bekezdése szerint – ha törvény eltérően nem rendelkezik – a keresetlevél benyújtásának a közigazgatási cselekmény hatályosulására halasztó hatálya nincs. Ugyanakkor a Kp. 50. §-a szabályozza az azonnali jogvédelem iránti kérelmet az alábbiak szerint. Akinek jogát, jogos érdekét a közigazgatási tevékenység vagy az azzal előidézett helyzet fenntartása sérti, a közvetlenül fenyegető hátrány elhárítása, illetve a jogvitára okot adó állapot változatlan fenntartása érdekében a perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező bíróságtól az eljárás során bármikor azonnali jogvédelmet kérhet. Azonnali jogvédelem keretében kérhető a halasztó hatály elrendelése is. A kérelem benyújtható a keresetlevéllel együtt is. Ha nem a keresetlevéllel együtt nyújtják be, a kérelmet a bírósághoz kell benyújtani. A kérelemben részletesen meg kell jelölni azokat az indokokat, amelyek az azonnali jogvédelem szükségességét megalapozzák, és az ezek igazolására szolgáló okiratokat csatolni kell. A kérelmet megalapozó tényeket valószínűsíteni kell.

Budapest, 2019. május 22.

dr. Gál Gábor s.k.
előadó versenytanácsstag

dr. Kuritár Dávid s.k.
versenytanácsstag

Váczai Nóra s.k.
versenytanácsstag

1. melléklet – a VJ/91-2/2016. adatszolgáltatás 6.1. mellékletének 2014. nyári sorozatához köthető PR cikkek szövege

„C-vitamin-pótlás nyáron is

Fókuszban a liposzómális C-vitamin

Egyre többet hallani manapság az ún. liposzómális technológiával előállított C-vitaminról. Vajon tényleg annyira hatásos? És mégis mi a különbség a hagyományos és a liposzómális C-vitamin között? Ennek jártunk utána.

A C-vitamin a legnagyobb mennyiségben alkalmazott vitamin világszerte. Természetes úton sajnos nagyon kevés C-vitaminhoz jut a szervezet, mivel manapság már minden gyümölcsnek és zöldségnek lecsökkent a vitamintartalma. A C-vitamin ráadásul rendkívül érzékeny hatóanyag, lebomlik fény, levegő és hő hatására (pl. főzés, fagyasztás, hosszas tárolás). A pótlás tehát elkerülhetetlen, de egyáltalán nem mindegy, milyen készítménnyel pótoljuk!

Felszívódási problémák

A különböző tablettákban és kapszulákban lévő hatóanyagok hatékony felszívódását a környezeti feltételek mellett számos szervezetünkben zajló folyamat akadályozhatja. A hatóanyagok például a szájban és a nyelőcsőben lévő enzimekkel szemben hajlamosak „alulmaradni”, ez utóbbiak ugyanis elsőbbséget élveznek a felszívódási folyamatban. Emellett a különféle táplálék-összetevők és a cukor jelenléte is befolyásolja, gátolhatja a felszívódást. Miután a C-vitamin belekerül a szervezetbe, el kell jutnia az emésztőszervekig. Ez alatt az út alatt azonban hajlamos „elveszni” vagy sérülni. Így mire végül eléri az emésztőszerveket, azok már csak az eredetileg bevitt mennyiség töredékéhez jutnak hozzá. A C-vitamin jelentős része pedig – megterhelve ezzel akár a veséket – hasznosulás nélkül távozik a szervezetből. Minél nagyobb C-vitamin dózishoz jut a szervezet egyszerre, annál kisebb mennyiséget képes hasznosítani belőle. 1000 mg-os, hagyományos C-vitamin esetében a C-vitamin akár 80%-a kiürül anélkül, hogy a szervezet hasznosítani tudná!

Forradalmi áttörés

A liposzómális C-vitamin forradalmi áttörés a C-vitaminok között. Ennek az új formulának a biohasznosulása ugyanis a legmagasabb a szájon át szedhető C-vitaminok között. A biohasznosulás azt mutatja meg, hogy egy hatóanyag milyen mértékben képes bekerülni a vérkeringésbe és onnan a sejtekbe. A liposzómális technológiával előállított C-vitamin esetében a C-vitamint olyan természetes foszfolipid réteg védi, amely sejtmembránjainkat is alkotja. Mindegy, mennyit viszünk be, a C-vitamin sérülés és veszteség nélkül, könnyen eljut az emésztőszervekig, ahol csaknem 100%-os hatékonysággal szívódik fel a véráramba, majd onnan a sejtekbe. Így nem ürül ki a szervezetből. A dózisok akár csökkenthetők is, hiszen a teljes hatóanyag-mennyiség eljut oda, ahol ténylegesen hatnia kell. És ez a fő különbség a hagyományos C-vitaminokhoz képest, amelyek esetében csupán a bevitt mennyiség kis része jut el a véráramig, és még kevesebb jut be a sejtekbe.

Felnőtteken végzett vizsgálatok azt mutatták, hogy a liposzómális C-vitamin több mint 93%-ban szívódott fel a szervezetben, szemben a hagyományos C-vitaminnal, amelynek a felszívódása csupán 19%-os volt. Ennek megfelelően 600 mg liposzómális C-vitamin csaknem 3000 mg hagyományos C-vitaminnak felel meg.

A liposzómális technológiát – a különböző kutatásokban kimutatott hatékonyságnak és számos előnyének köszönhetően – mára már számos esetben alkalmazzák. Terápiás értékét azóta is számtalan tudományos vizsgálat bizonyította.

Nem csak télen

Azt már tudjuk, hogy a C-vitamint nem csak az őszi-téli megfázásos időszakban érdemes szedni. Immunrendszerünk normál működését, a fáradtság csökkentését egész évben, így a tavaszi-nyári hónapokban is segíti. A legújabb kutatások szerint napi 300-1000 mg C-vitamin bevitel jelentősen hozzájárul a civilizációs betegségek – daganatok, szív- és érrendszeri problémák, allergia – elleni védelemhez.

A felszívódási problémák miatt több orvos szerint a legoptimálisabb az intravénás adagolás, amit ma már kiegészítő kezelésként gyakran alkalmaznak. Ez azonban normál esetben bonyolult, kényelmetlen és nem is olcsó.

A liposzómális technológiával előállított C-vitaminnal gyakorlatilag intravénás minőségű C-vitamin-szint érhető el, mivel a felszívódási hatékonysága csaknem 100%-os. És már elérhető Magyarországon is.”

2. melléklet: A VJ/91-2/2016. számú irat 6.2. mellékletében található, 2014. őszi sorozatához köthető PR cikkek szövege

„Hatásos C-vitamin Pótlás

Fókuszban a liposzómális C-vitamin

Egyre többet hallani manapság az ún. liposzómális technológiával előállított C-vitaminról. Vajon tényleg annyira hatásos? És mégis mi a különbség a hagyományos és a liposzómális C-vitamin között? Ennek jártunk utána.

A C-vitamin a legnagyobb mennyiségben alkalmazott vitamin világszerte. Természetes úton sajnos nagyon kevés C-vitaminhoz jut a szervezet, mivel manapság már minden gyümölcsnek és zöldségnek lecsökkent a vitamintartalma. A C-vitamin ráadásul rendkívül érzékeny hatóanyag, felbomlik fény, levegő és hő hatására (pl. főzés, fagyasztás, hosszas tárolás). A pótlás tehát elkerülhetetlen, de egyáltalán nem mindegy, milyen készítménnyel pótoljuk!

Felszívódási problémák

A különböző tablettákban és kapszulákban lévő hatóanyagok hatékony felszívódását a környezeti feltételek mellett számos, szervezetünkben zajló folyamat akadályozhatja. A hatóanyagok például a szájban és a nyelőcsőben lévő enzimekkel szemben hajlamosak „alulmaradni”, ez utóbbiak ugyanis elsőbbséget élveznek a felszívódási folyamatban. Emellett a különféle táplálék-összetevők és a cukor jelenléte is befolyásolja, gátolhatja a felszívódást.

Miután a C-vitamin bekerül a szervezetbe, el kell jutnia az emésztőszervekig. Ez alatt az út alatt azonban hajlamos „elveszni” vagy sérülni. Így mire végül eléri az emésztőszerveket, azok már csak az eredetileg bevitt mennyiség töredékéhez jutnak hozzá. A C-vitamin jelentős része pedig – megterhelve ezzel akár a veséket – hasznosulás nélkül távozik a szervezetből. Minél nagyobb C-vitamin dózishoz jut a szervezet egyszerre, annál kisebb mennyiséget képes hasznosítani belőle. 1000 mg-os, hagyományos C-vitamin esetében a C-vitamin akár 80%-a kiürül anélkül, hogy a szervezet hasznosítani tudná!

Forradalmi áttörés

A liposzómális C-vitamin forradalmi áttörés a C-vitaminok között. Ennek az új formulának a biohasznosulása ugyanis a legmagasabb a szájon át szedhető C-vitaminok között. A biohasznosulás azt mutatja meg, hogy egy hatóanyag milyen mértékben képes bekerülni a vérkeringésbe és onnan a sejtekbe.

A liposzómális technológiával előállított C-vitamin esetében a C-vitamint olyan természetes foszfolipid réteg védi, amely a sejtmembránjainkat is alkotja. Mindegy, mennyit viszünk be, a C-vitamin sérülés és veszteség nélkül, könnyen eljut az emésztőszervekig, ahol csaknem 100%-os hatékonysággal szívódik fel a véráramba, majd onnan a sejtekbe. Így nem ürül ki a szervezetből. A dózisok akár csökkenthetők is, hiszen a teljes hatóanyag-mennyiség eljut oda, ahol ténylegesen hatnia kell. És ez a fő különbség a hagyományos C-vitaminokhoz képest, melyek esetében csupán a bevitt mennyiség kis része jut el a véráramig, és még kevesebb jut be a sejtekbe.

Felnőtteken végzett vizsgálatok azt mutatták, hogy a liposzómális C-vitamin több mint 93%-ban szívódott fel a szervezetben, szemben a hagyományos C-vitaminnal, amelynek a felszívódása csupán 19%-os volt. Ennek megfelelően 600 mg liposzómális C-vitamin csaknem 3000 mg hagyományos C-vitaminnak felel meg.

A liposzómális technológiát – a különböző kutatásokban kimutatott hatékonyságának és számos előnyének köszönhetően – mára már számos esetben alkalmazzák. Terápiás értékét azóta is számtalan tudományos vizsgálat bizonyította.

Mennyit is?

A jelenleg Magyarországon ajánlott napi C-vitamin-mennyiség (80mg) gyakorlatilag arra elég, hogy a skorbutot megelőzzük. A legújabb kutatások szerint napi 300-1000 mg C-vitamin-bevitel jelentősen hozzájárul egészségünk megőrzéséhez, a civilizációs betegségek – daganatok, szív- és érrendszeri problémák, allergia – elleni védelemhez.

A felszívódási problémák miatt több orvos szerint a legoptimálisabb az intravénás adagolás, amit ma már kiegészítő kezelésként gyakran alkalmaznak. Ez azonban normál esetben bonyolult, kényelmetlen és nem is olcsó. A liposzómális technológiával előállított C-vitaminnal gyakorlatilag intravénás minőségű C-vitamin-szint érhető el, mivel a felszívódási hatékonysága csaknem 100%-os. És már elérhető Magyarországon is.”

3. melléklet: VJ/91-2/2016. számú irat 7. mellékletében található, 2014. téli sorozatához köthető PR cikkek szövege

„Liposzómális C-vitamin:

Tudomány és természet találkozása

Egyre többet hallani manapság az ún. liposzómális technológiával előállított C-vitaminról. Vajon tényleg annyira hatásos? És mégis mi a különbség a hagyományos és a liposzómális C-vitamin között? Ennek jártunk utána.

A C-vitamin nélkülözhetetlen hatóanyag. Számos jótékony hatása közül az egyik legfontosabb, hogy immunrendszerünk működését támogatja, hozzájárulva ezzel a civilizációs betegségek (pl. daganatok, szív- és érrendszeri problémák, allergia), a megfázás és egyéb megbetegedések, valamint a stressz elleni védelemhez. Nem véletlen tehát, hogy dr. Linus Pauling és dr. Szent-Györgyi Albert Nobel-díjas orvosok szerint is a C-vitaminnak a cukorhoz és a liszthez hasonlóan minden háztartásban alapélelmiszerként jelen kellene lennie.

Felszívódási nehézségek

A C-vitamint a szervezet nem tudja elraktározni, így a bevételt követően a felszívódni nem képes többlet néhány órán belül távozni kényszerül a vizelettel. A kutatások azt mutatják, hogy egy 200 mg-os tablettával a vér C-vitamin-szintje csaknem teljesen telítődik, sőt már ekkora mennyiség bevétele esetén is észlelhető a vizeletben fel nem szívódott C-vitamin. Ráadásul minél nagyobb C-vitamin dózishoz jut a szervezet egyszerre, annál kisebb mennyiséget képes hasznosítani belőle. 1000 mg hagyományos C-vitaminnál akár a C-vitamin 80%-a kiürül anélkül, hogy a szervezet hasznosítani tudná. Mi történik a fel nem szívódott C-vitaminnal? Először a vastagbélbe kerül. Ilyenkor gyakran tapasztalhatók kellemetlen mellékhatások, beleértve a gyomorégést, fájdalmasokat, görcsöket, megnövekedett vizeletelési ingert, vagy akár hasmenést, nem beszélve az extra terhelésről, amit a májnak okoz. A vastagbélből a C-vitamin egyenesen a vizeletbe választódik ki. Ebből is látszik, hogy nagyobb dózisok szedése esetén csupán azt érezzük el, hogy vizeletünk C-vitaminban különösen gazdag lesz. Ez pedig növelheti a vesekő kialakulásának kockázatát is az arra hajlamos egyéneknél.

A lényeg a hasznosulás

A lényeg nem is a nagy dózisokon van, hanem azon, hogy mekkora mennyiség képes felszívódni a vékonybélből a véráramba (biológiai hasznosulás), és a véráramból mekkora mennyiség képes felszívódni a sejtekbe (celluláris hasznosulás). A liposzómális technológiával előállított C-vitamin ebből a szempontból forradalmi áttörés a C-vitaminok között. Mert míg a hagyományos C-vitaminok esetében csupán a bevitt mennyiség kis része jut be a sejtekbe, addig a liposzómális C-vitamin a C-vitamint olyan formában tartalmazza, hogy az képes legyen közel 100%-os hatékonysággal felszívódni a véráramba, majd onnan célzottan a sejtekbe. Ráadásul ennek megfelelően nem jelentkeznek bevétel után a fent említett kellemetlen utóhatások sem.

A liposzómák tulajdonképpen apró gömbök a C-vitamin-molekulák körül, melyeket kívülről foszfolipid kettősréteg határol. Ezeket a C-vitamint szállító liposzómákat a természet mintájára alkották. Az anyatejben például ilyen liposzómák szállítják a tápanyagokat, hogy a babák szervezete a lehető legjobban tudja hasznosítani.

A liposzómáknak három nagyon fontos funkciójuk van: 1. Drasztikusan megnövelik a C-vitamin felszívódását a sejtekbe. 2. Védőburkot nyújtanak az emésztőnedvek, lúgos közegek, sók és szabadgyökök negatív, romboló hatásai ellen, elérve, hogy a C-vitamin ne sérüljön a felszívódási

folyamat során, és épségben megérkezzen a sejtekhez. 3. Táplálják a sejteket, hiszen kívülről olyan foszfolipidekből állnak, melyek sejtmembránjainkat is alkotják, és nélkülözhetetlen szerepet játszanak sejteink egészséges működésének megőrzésében. Így jöhet létre egy természetes kötődés a liposzómák és a sejtek között, lehetővé téve, hogy a C-vitamin könnyen átjusson a sejtfalon.

Mekkora dózist szedjünk?

A liposzómális C-vitamin esetében nagyobb dózis szedése esetén sem kell azon aggódni, hogy a C-vitamint a fürdőszobában „látjuk viszont”, mivel nem ürül ki a szervezetből. De a dózisok akár csökkenthetők is, hiszen a teljes hatóanyag-mennyiség eljut oda, ahol ténylegesen hatnia kell. Felnőtteken végzett vizsgálatok eredményeit nézve pl. 600 mg liposzómális C-vitamin csaknem 3000 mg hagyományos C-vitaminnak felel meg.

Több orvos szerint a C-vitamin legoptimálisabb adagolása az intravénás adagolás, amit ma már kiegészítő módszerként gyakran (pl. rákos betegségek alternatív kezelésében) alkalmaznak. Ez azonban nem kevés kellemetlenséggel és nehézséggel jár. Ma már van olyan lehetőség, amely helyettesítheti ezt, és ez a liposzómális C-vitamin, amivel gyakorlatilag intravénás minőségű C-vitamin-szint érhető el a szervezetben, szájon át.

Vásárlás során azonban érdemes odafigyelni, milyen minőségű az adott készítmény. Lényeges szempont, hogy a készítmény természetes hatóanyagokat tartalmazzon, ellenben ne tartalmazzon semmilyen felesleges adalékot, pl. mesterséges színezéket és aromát, tartósítószerket, vagy génmódosított összetevőket, mert ezek terhelik a szervezetet.”

4. melléklet: A Páciens Magazinban szereplő PR cikk szövege

„Az immunrendszer támogatása liposzómális C-vitaminnal

Az őszi-téli hónapokban különösen fontos immunrendszerünk megfelelő támogatása. Ehhez elengedhetetlen a C-vitamin. De vajon mindegyik C-vitamin készítmény hatékonyan szívódik fel? A liposzómális C-vitamin új fejezetet nyit a kérdésben.

Felszívódási korlátok, amikről keveset hallunk

Ahhoz, hogy megértsük, miért előnyös a C-vitamint liposzómális formában pótolni, meg kell ismernünk, mi is az alapvető probléma a C-vitaminnal. Pontosabban annak hatékony felszívódásával. Bizonyított tény, hogy a C-vitamint a szervezet csak korlátozottan tudja elraktározni. A bevételt követően a felszívódni nem képes mennyiség távozni kényszerül a vizelettel. Sokan tévesen azt gondolják, hogy ez a „felesleg”, amire nincs szüksége a szervezetnek.

De ez tévhit. A szervezetnek igenis szüksége lenne rá, csak nagyobb dózis bevétele esetén nincs elegendő hely a C-vitamin raktárakban. Ezért hatékonyabb, ha naponta többször, kisebb dózist veszünk be. Mekkora ez a kisebb dózis? A kutatások azt mutatják, hogy egy hagyományos, 200 mg-os tablettával a szervezet csaknem teljesen telítődik. Sőt, már ekkora mennyiség bevétele esetén is észlelhető a vizeletben nem hasznosult C-vitamin. Minél nagyobb dózist viszünk be egyszerre, szervezetünk annál kisebb mennyiséget képes hasznosítani belőle. 1000 mg hagyományos C-vitamin akár 80%-a kiürül anélkül, hogy a szervezet hasznosítani tudná. Ebből is látszik, hogy nagyobb dózisok szedése esetén csupán azt érzük, el, hogy vizeletünk C-vitaminban különösen gazdag lesz, miközben szervezetünk továbbra is C-vitaminra „éhezik”.

Liposzómális C-vitamin és anyatej

Hogy mi köze van a liposzómális C-vitaminnak az anyatejhez? A szó szoros értelmében nem sok. A liposzómális C-vitamin a C-vitamin és természetes anyagok, ún. foszfolipidek okos kombinációja. A gyártási folyamat során ezek a foszfolipidek egy természetes burkot alakítanak ki a C-vitamin molekulák körül. És itt jön a képbe az anyatej, hiszen az ötlet innen származik. Az anyatejben a tápanyagokat szintén ilyen természetes foszfolipid burok veszi körül. Mindezt azért, hogy a babák szervezete a lehető legjobban tudja azokat hasznosítani. Ez a burok ugyanis védőburkot nyújt a vitamin számára az emésztési folyamat során, és lehetővé teszi a kiváló hatékonyságú felszívódást. C-vitamin esetében ez azt jelenti, hogy nagyobb dózis bevétele esetén sem kell azon aggódnunk, hogy a C-vitamin nagy részét a fürdőszobában „látjuk viszont”.

A nyújtott felszívódáson túl

A C-vitamin felszívódási problémák kiküszöbölésére elsőként a nyújtott hatású készítmények jelentek meg. A kutatások azonban azt mutatják, hogy ezek a készítmények továbbra is csak korlátozottan alkalmasak a magasabb dózisok hatékony bevitelére. Hogy miért? Mert a C-vitamin alapvetően vízben oldódik. A szervezet viszont a zsírban oldódó vitaminokat tudja hatékonyan elraktározni. A nyújtott hatás tehát önmagában nem elég, mert a C-vitamin továbbra is vízoldékony marad. A liposzómális C-vitamin azon túl, hogy szintén biztosítja a nyújtott felszívódást, többre is képes. A fent említett természetes buroknak köszönhetően ugyanis a C-vitamin zsírban oldódóvá válik. Így a „becsomagolt” C-vitamin a megfelelő helyre, a sejtbe kerül.

Akár kevesebb is elég?

Igen, hiszen a kiváló hasznosulásnak – a fentiekén túl – ez az egyik előnye: csökkenthető a dózisok, mert a hatóanyag eljut oda, ahol ténylegesen hatnia kell. További pozitívum, hogy a felszívódási hatékonyságnak köszönhetően kíméli az emésztőrendszert. Nem tapasztalható például gyomorégés, megnövekedett vizeletelési inger vagy akár hasmenés.”

5. melléklet: A VJ/91-2/2016. számú irat 10. mellékletében szereplő, 2015. nyári sorozatához köthető PR cikkek tartalma

„C-vitamin nyáron is? Igen! De melyiket szedjem?

A C-vitamin előnyeiről már sokat hallottunk. Arról viszont már kevesebbet, milyen felszívódási akadályokba ütközik a C-vitamin a szervezetbe történő bekerülése után, és emiatt milyen jelentős mennyiség ürül ki hasznosulás nélkül a szervezetből. A liposzómális C-vitamin ebből a szempontból forradalmi újdonság a C-vitaminok között. De mégis miben tud többet a többi C-vitaminnál?

A C-vitamin nélkülözhetetlen hatóanyag, ezt ma már mindenki tudja. Azt viszont már kevésbé, hogy a C-vitamint nem csak az őszi-téli megfázásos időszakban érdemes szedni. Számos jótékony hatása közül ugyanis az egyik legfontosabb, hogy immunrendszerünk működését támogatja, hozzájárulva ezzel a civilizációs betegségek, (pl.: daganatok, szív- és érrendszeri problémák, allergia), a megfázás és egyéb megbetegedések, valamint a stressz elleni védelemhez. A szervezetnek tehát egész évben, a tavaszi-nyári hónapokban is nagyon nagy szüksége van rá. Nem véletlen, hogy Dr. Linus Pauling és Dr. Szent-Györgyi Albert Nobel-díjas orvosok szerint a C-vitaminnak a cukorhoz és a liszthez hasonlóan minden háztartásban alapélelmiszerként jelen kellene lennie a mindennapokban. Pusztán a táplálékkal ugyanis a kellő mennyiséget nem tudjuk bejuttatni. A C-vitamin pótlás tehát elkerülhetetlen, de a felszívódási hatékonyság szempontjából egyáltalán nem mindegy, milyen készítménnyel pótoljuk!

Felszívódási nehézségek

A C-vitamint a szervezet nem tudja elraktározni, így a bevételt követően a felszívódni nem képes többlet néhány órán belül távozni kényszerül a vizelettel. A kutatások azt mutatják, hogy egy 200 mg-os tablettával a vér C-vitamin szintje csaknem teljesen telítődik, sőt már ekkora mennyiség bevétele esetén is észlelhető a vizeletben fel nem szívódott C-vitamin. Ráadásul minél nagyobb C-vitamin dózishoz jut a szervezet egyszerre, annál kisebb mennyiséget képes hasznosítani belőle. 1000 mg hagyományos C-vitaminnál akár a C-vitamin 80%-a kiürül anélkül, hogy a szervezet hasznosítani tudná. Mi történik a fel nem szívódott C-vitaminnal? Először a vastagbélbe kerül. Ilyenkor gyakran tapasztalhatók kellemetlen mellékhatások, beleértve a gyomorégést, fájdalmakat, görcsöket, megnövekedett vizeletelési ingert vagy akár hasmenést, nem beszélve az extra terhelésről, amit a májnak okoz. A vastagbélből a C-vitamin egyenesen a vizeletbe választódik ki. Ebből is látszik, hogy nagyobb dózisok szedése esetén csupán azt érzük el, hogy vizeletünk C-vitaminban különösen gazdag lesz. Ez pedig megnövelheti a vesekő kialakulásának kockázatát is az arra hajlamos egyéneknél.

A lényeg a hasznosulás

A lényeg nem a nagy dózisokon van, hanem azon, hogy mekkora mennyiség képes felszívódni a vékonybélből a véráramba (biológiai hasznosulás), és a véráramból mekkora mennyiség képes felszívódni a sejtekbe (celluláris hasznosulás). A liposzómális technológiával előállított C-vitamin ebből a szempontból forradalmi áttörés a C-vitaminok között. Mert míg a hagyományos C-vitaminok esetében csupán a bevitt mennyiség egy része jut el a véráramig, és még kevesebb jut be a sejtekbe, addig a liposzómális C-vitamin a C-vitamint olyan formában tartalmazza, hogy az képes legyen közel 100%-os hatékonysággal felszívódni a véráramba, majd onnan célzottan a sejtekbe. Ráadásul ennek megfelelően nem jelentkeznek bevétel után a fent említett, kellemetlen utóhatások sem.

A liposzómák tulajdonképpen apró gömbök a C-vitamin molekulák körül, melyeket kívülről foszfolipid kettősréteg határol. Ezeket a C-vitamint szállító liposzómákat a természet mintájára alkották. Az anyatejben például ilyen liposzómák szállítják a tápanyagokat, hogy a babák szervezete a lehető legjobban tudja azokat hasznosítani. A liposzómáknak három nagyon fontos funkciója van: 1. Drasztikusan megnövelik a C-vitamin felszívódását a sejtekbe. 2. Védőburkot nyújtanak az emésztőnedvek, lúgos közegek, sók és szabad gyökök negatív, romboló hatásai ellen, elérve, hogy a C-vitamin ne sérüljön a felszívódási folyamat során, és épségben megérkezzen a sejtekhez. 3. Táplálják a sejteket, hiszen kívülről olyan foszfolipidekből állnak, melyek sejtmembránjainkat is alkotják, és nélkülözhetetlen szerepet játszanak sejtjeink egészséges működésének megőrzésében. Így jöhet létre egy természetes kötődés a liposzómák és a sejtek között, lehetővé téve, hogy a C-vitamin könnyen átjusson a sejt falon.

Mekkora dózist szedjünk?

A liposzómális C-vitamin esetében nagyobb dózis szedése esetén sem kell azon aggódni, hogy a C-vitamint a fürdőszobában „látjuk viszont”, mivel nem ürül ki a szervezetből. De a dózisok akár csökkenthetők is, hiszen a teljes hatóanyag mennyiség eljut oda, ahol ténylegesen hatnia kell. Felnőtteken végzett vizsgálatok eredményeit nézve pl. 600 mg liposzómális C-vitamin csaknem 3000 mg hagyományos C-vitaminnak felel meg. Több orvos szerint a C-vitamin legoptimálisabb adagolása az intravénás adagolás, melyet ma már kiegészítő módszerként számos esetben (pl. rákos betegedések alternatív kezelésében) alkalmaznak. Ez azonban nem kevés kellemetlenséggel és nehézséggel jár. Ma már van olyan lehetőség, amely helyettesítheti ezt, és a liposzómális C-vitamin, mellyel gyakorlatilag intravénás minőségű C-vitamin szint érhető el a szervezetben, szájon át.

Vásárlás során azonban érdemes odafigyelni, milyen minőségű az adott készítmény. Lényeges szempont, hogy a készítmény természetes hatóanyagokat tartalmazzon, ellenben ne tartalmazzon semmilyen felesleges adalékot, pl. mesterséges színezéket és aromát, tartósítószeret, vagy génmódosított összetevőket, melyek a szervezetet terhelik.”



Gazdasági Versenyhivatal

Versenytanács

6.sz. melléklet: Novo C Plus termékkel kapcsolatban 2014. május 24. napjától használt reklámeszközök megjelenési jellemzői és költségei

[ÜZLETI TITOK]