

A Magyar Köztársaság nevében!

A bíróság a BioTime Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. (Budapest) felperesnek a Gazdasági Versenyhivatal (Budapest) alperes ellen versenyügyben hozott közigazgatási határozat bírósági felülvizsgálata iránt indult perében az alulírott helyen és napon megtartott nyilvános tárgyaláson meghozta a következő

í t é l e t e t:

A bíróság a felperes keresetét elutasítja.

Kötelezi a bíróság a felperest, hogy fizessen meg az alperesnek 15 nap alatt 35 000 (harmincötezer) forint perköltséget, valamint az államnak - az állami adóhatóság külön felhívására - 16 500 (tizenhatezer-ötszáz) forint kereseti illetéket.

Az ítéletellen a kézbesítésétől számított 15 napon belül a Fővárosi Ítéltáblához lehet fellebbezni. A fellebbezést három példányban a Fővárosi Bíróságon kell előterjeszteni.

I n d o k o l á s

A felperes 2005. szeptember 15. napján jött létre, és a fő tevékenysége gyógyászati termék kiskereskedelem, melynek keretében 2005 októberétől forgalmazza a NorbiFit étrend-kiegészítőt. A felperes étrend-kiegészítőként kérte a termék magyarországi regisztrációját, mely szerint az áru azon, a patikákban, gyógynövény-, és illatszerboltokban kapható étrend-kiegészítő készítmények közé sorolható, amelyeket egészség-megőrzési, illetve speciális táplálkozási igényeik kielégítése céljából keresnek a fogyasztók. A terméket az ország teljes területén reklámozták. Az áru országszerte hozzáférhető volt a patikákban, a gyógynövényboltokban és a drogériákban. A termék előállítója a szlovákiai VÁG spol. s.r.o., és a forgalmazása 2005 októberében kezdődött meg. A Norbi.hu Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. 2002. május 22-én jött létre a wellness életmód hirdetésére, Schobert Norbert szakmai tudásának, társadalmi reputációjának hasznosítására- Az Avalon-Team Kft. 2005. szeptember 19-én együttműködési megállapodást kötött a Norbi.tm Kft.-vel, melynek értelmében a két társaság közösen hozza forgalomba a NorbiFit elnevezésű terméket, illetve véleményezte és jóváhagyta a csomagolás design-ját. A NorbiFit táplálék-kiegészítő összetételének és adagolásának kidolgozása, a csomagolás design-ja az Avalon-Team Kft. kizárólagos tulajdonát képezte. A fejlesztésben a Norbi.hu Kft. a kizárólagos tulajdonát képező, "Update-módszer" elnevezésű know-how-val, valamint a NorbiFit összetételének ellenőrzésével és jóváhagyásával működött közre.

A szerződés II. mellékletének 1. pontja szerint az Avalon-Team Kft. vállalta, hogy a tennék marketing anyagait minden héten legalább egyszer megjelenteti a Blikk és Metro napilapokban,

illetve folyamatos és rendszeres megjelenést biztosít a Blikk Nők, a Nők Lapja, a Story, a Kiskegyed, a Cosmopolitan és a Maxima kiadványokban. Rendszeres megjelenés biztosítását vállalta továbbá az Excalibur, a Természetgyógyász, az Elixír, a Patika Magazin, a Budapest Piac, a Szabad Föld, a Beau Mond magazinokban és lapokban. A megállapodás II. melléklete 2. pontja értelmében Schobert Norbert és csapata minden írott és elektronikus médiában való megjelenés során, a lehető legtöbbször ad tájékoztatást a termékről, és annak marketingjét folyamatosan támogatja. A Norbi.hu a Norbi-életmóddal

foglalkozó minden kiadványban megjelenteti a NorbiFit termék reklámanyagait, és a vele üzleti kapcsolatban lévő ismert médiaszereplők aktív módon segítik a termék marketingjét és reklámját.

Az Avalon-Team Kft. és a Norbi.hu Kft. 2005. október 10-én felbontotta a szerződést arra hivatkozással, hogy a tevékenységét a tulajdonosi érdekeltségi körébe tartozó másik társaság, a felperes végzi. A felperes és a Norbi.hu Kft. 2005. október 10. napján kötötte meg határozott időtartamra, 2006. június 30. napjáig az együttműködési szerződést a korábbi szerződésben foglaltakkal megegyező tartalommal.

A nyomtatott sajtóban és más promóciós eszközökön 2005 októberéről intenzív reklámkampány indult a NorbiFit nevű termék népszerűsítésére. Schobert Norbert fotójával és egy nagy méretű NorbiFit dobozzal reklámozott NorbiFit reklámok más-más címmel, de azonos szöveggel lettek közzétéve a Vasárnap Reggel, a Szabad Föld, a Blikk TV, a Blikk, a Blikk Nők, Hölgyvilág, Nők Lapja és Story című lapokban:

Norbi: "Lefogyasztom azországot!"

Norbi: "Megtaláltam a fogyás titkát!"

Norbi: "Most tényleg lefogyhatsz!"

A reklámokban közölték, hogy a lakosság 60 %-a túlsúlya ellenére hiába mozog, diétázik, mert hiányoznak szervezetéből és táplálkozásából az alapvető anyagok. A nagyon sikeres Udaterendszer és mozgásprogram mellett Norbi most megtalálta "életmód programjának harmadik és egyben nélkülözhetetlen elemét. Ez a NorbiFit." Sokan számolnak be arról, hogy több az erejük és energiájuk a mozgáshoz, csökken az étvágyuk és a súlyuk. Közölte, hogy "szükség van egy olyan szene, amely mindent biztosít, amire a szervezetünknek naponta szüksége van és segíti az anyagcseréjüket. Ez a plusz hiányzik ahhoz, hogy végre eredménye legyen erőfeszítéseiknek. Ennek alapján, hosszú kutatások után fejlesztettük ki a NorbiFit nevezetű terméket, amely kidolgozásában orvosok, gyógyszerészek és dietetikusok is segítettek." A reklám szerint a "NorbiFit egy rendkívül komplex összetételű szer, amely egyedülálló a maga műfajában. Egyik fő alkotórésze az úgynevezett brazil korall, amelyre még a brazil forgatásaink alatt figyeltem fel... Ebben a korallban 74 különböző ásványi anyag található, amelyet a korall maga épít be a saját vázába az óceán vízből. ...a természet csodája, melyet nem lehet laboratóriumban létrehozni." A korall hatására nem lépnek fel különböző hiánytünetek és a sav-bázis egyensúly is fenntartható. A korallon kívül a NorbiFit napi adagja 100 %-ban biztosítja a szervezet számára szükséges vitaminok legtöbbjét, így a B-vitaminokat, a folsavat, a C- és az E-vitamint. A testsúlycsökkentő étrend hatásosságát több összetevő is biztosítja. Az étvágycsökkentésben a rost, a zsír energiává történő átalakításában a L karnitin játszik szerepet, a zöld tea gyorsítja az anyagcserét, míg az anulin a zsír- és szénhidrát anyagcserét szabályozza. A reklám közölte azt is, hogy a NorbiFit nem egy újabb csoda fogyasztószer, az egy átfogó életprogram része.

A Blikkben és Szabad Földben - a Romantic együttesből ismert Katinka fotójával - "NorbiFit-tel folytatom a fogyást!" címmel jelentek meg reklámok, melyek szövege kissé eltért a fentiekben írtaktól, arról tájékoztatva a fogyasztót, hogy az énekesnő 50 kg-ot fogyott a Norbi életmódprogramjával. Végleg le szeretne számolni súlyproblémájával, és ismét nekifog egy komoly fogyókúrának, melyhez ezúttal is Norbi segítségét kérte. Hangsúlyozta, hogy a termék a program utolsó és egyben nélkülözhetetlen része, mely szükséges ahhoz, hogy a torna és az update étkezés komplett egészsé álljon össze, ahol a három alkotóelem egyaránt nélkülözhetetlen. A NorbiFit is segíti küzdelmét. A NorbiFit egy egészen egyedülálló étrend-kiegészítő, amely **igazoltan állíthatja, hogy összetevői révén segítheti a súlycsökkentés folyamatát (Szabad Föld)**. A NorbiFit nemcsak a fogyást segítheti, hanem komplex hatóanyagai révén mindenkit energikusá és fitté tehet. Fő hatóanyaga az

úgynevezett brazil korall, amely egy igazi ásványi anyag bomba, hiszen 72 különböző nyomelemet tartalmaz bio változatban. A NorbiFit tartalmazza az összes fontos vitamin napi szükségletét is.

Más szövegezéssel egy Schobert Norberttel készített reklámriporttal jelent meg a NorbiFit hirdetése 2006-ban a Metro, a Tina, és a Diéta&Fitness című lapokban. Utóbbiban 2006 áprilisában is Norbi: "Tavasza újjaszülethetsz!" címmel. A terméket népszerűsítő riportból a fogyasztó megtudhatta, hogy Norbi és Réka legújabb fejlesztése a NorbiFit, amelyet Réka a terhessége alatt is szedett, és többek között a NorbiFitnek köszönheti, hogy a terhesség alatt is megőrizte tökéletes alakját. "Én egy életmód hátteret akartam teremteni a rendszeremnek a polcokra, mert nincs normális kínálat. A célom, hogy **tartalmában** új, forradalmian más termékeket, egy családot fejlesszek a partnereimmel." "Az esetek többségében én választom meg a gyártókat. Én legyártatom a terméket és közreműködöm a reklámban és anyagilag is beszállok. A NorbiFit Norbi kedvenc étrendkiegészítője, nem brutális fogyi gyógyszer, bárki szedheti a legtermészetesebb ásványoptlasként. Azt hirdetem, amit a gyermekemnek is adok, így van ez a NorbiFittel."-közölte a riport. A NorbiFitről elmondta, hogy az up-date-tel kombinálva fantasztikusak az eredmények. Közölte továbbá a cikk, megjelölve, hogy a termékben brazil gazdag biológiai tartalmú korall van, miáltal élő szervezet által előállított bio ásványi anyagokat tartalmaz. Közölte, hogy ezen túl sok hasznos anyagot tettek a termékbe, és azt saját maguk tesztelték. "Réka végig szedte ásványoptlasként a gyermekvárás idején. Lara lányom is kap 2x1 szemet. Csökkent az éhségünk és nem vagyunk fáradékonyak." A tájékoztatás szerint olyan követő is volt, "akinek a hajhullása abbamaradt és újra elindultak lefelé az elakadt kilói". A NorbiFit **valós esélyt ad egy igazi tavaszi újjaszületésre, hogy mindenki ismét boldogan, fitten és egészségesen nézhessen tükörbe.**"

Az Exlixír is a Norbi Update életmódszrendszer harmadik elemeként mutatta be a NorbiFit étrendkiegészítőt, és arról tájékoztatott, hogy a túlsúlyos emberek testsúlyának csökkentésére szükség van olyan anyagra, mely mindent biztost, amire a szervezetnek szüksége van, és segíti az anyagcserét. Hosszú kutatás után kifejlesztették a NorbiFitet, mely egyedülálló a műfajában. A készítmény legfontosabb hatóanyaga a sokrétű hatást biztosító brazil korall, amely az óceánból származik. A brazil korall 74-féle ásványi anyagot tartalmaz, minek hatására nem lépnek fel hiánytünetek, a savlúg egyensúly fenntartható. A túlavasodás számos betegség forrása. A tabletta napi ajánlott dózisa 100 %-ban biztosítja a szervezet számára szükséges vitaminok legtöbbszörét, így a B vitaminokat, a folsavat, a C és az E vitamint. A testsúlycsökkentő hatást több összetevő is biztosítja- Az étvágycsökkentésre, a zsír energiává történő átalakítására és az anyagcsere gyorsítására is használható a termék a fent már írt összetevők folytán.

Az Excalibur holisztikus magazin 2005. októberi számában figyelemfelkeltő módon három teljes oldalt szánt a NorbiFit népszerűsítésére. A lapban "NorbiFit orvosi szemmel" címmel jelent meg egy cikk. A szerző Dr. Bakanek György sportszakorvos-életmód-szaktanácsadó volt. A NorbiFit-et ismertető írás a lap középpontjában grafikusan ábrázolta a NorbiFit termékdobozát. A Norbi Update életmódszrendszer harmadik elemeként bemutatva a reklám cikk a NorbiFit-et étrendkiegészítőként mutatta be, és arról tájékoztatott, hogy a túlsúlyos embereknek testsúlyának csökkentésére, egészségük megőrzésére, illetve helyreállítására, egy jobb életminőségre ad lehetőséget a termék. "A készítmény legfontosabb hatóanyaga - **a magyar piacon most bevezetésre kerülő** - sokrétű hatást biztosító brazil korall, amely a vonatkozó irodalmi adatok szerint az óceán - minden élet forrása - egyik igazi csodája. A brazil korall 74-féle ásványi anyagot tartalmaz, kiemelt mennyiséget kalciumból és magnéziumból, de jelentős a vas, mangán, cink és réztartalma is.... Az ásványi anyagok egymás közötti aránya is az emberi szervezet számára optimálisan van jelen. A korallt

állatoknak adva azt figyelték meg, hogy húsuk több fehérjét és kevesebb zsírt tartalmazott, a csirkék több tojást, a tehenek több tejet adtak. Emberi felhasználás során is meglepő eredményeket tapasztaltak. A korall hatóanyagai remekül egészítették ki a nehezen gyógyítható betegek gyógykezelését, így eredményesen alkalmazták csonttritkulásban, ízületi gyulladásban szenvedőknél, allergiás, asztmás betegségekben, a fejfájások különféle formáiban, migrénben, szív- és érrendszeri problémák, magas vérnyomás, érlemezésesedés, stb. esetén. A készítmény szedése kapcsán javult a közérzet, csökkent a fáradékonyság, nagyobb mértékben csökkent a testsúly. Egyik fő hatása a korallnak, hogy kórosan savi irányba tolódott pH-t képes normalizálni, ezért reflux-betegségben, savas gyomorpanaszok esetén is jól használható. A tableta napi ajánlott dózisa 100%-ban biztosítja a szervezet számára szükséges vitaminok legtöbbjét, így a B vitaminokat, a folsavat, a C és az E vitamint.... Az eddigi tapasztalatok szerint a NorbiFit tableta messzemenően biztonságos..." A magazin 6. oldalán Norbi: "Megtaláltam a megoldást!" címmel jelent meg reklámcikk, amelyben többek között az alábbi állítások olvashatók: "A NorbiFit egy rendkívül komplex összetételű szer, amely egyedülálló a maga műfajában. Egyik fő alkotórésze az úgynevezett brazil korall. Ez egy élő organizmus által létrehozott ásványi anyag bomba. Az is lényeges, hogy a különböző ásványi anyagok egymás közötti aránya optimális testünk számára. A korall hatására nem lépnek fel különböző hiánytünetek és a savbázis egyensúly is fenntartható." A reklámcikk jobb sarkában kicsinyített formában olvasható Dr. Halmy László szakvéleménye a NorbiFit termékről. Végül a lap utolsó oldalán "a XXI. század étrend-kiegészítőjének" nevezi Schobert Norbert a NorbiFitet és "A totális megoldásként!" ajánlja. A Schobert Norbert névvel fémjelzett és a Norbi.hu Kft. által fenntartott www.norbiupdate.hu internetes oldalakon több helyütt olvasható a NorbiFit termék ajánlása. Az internet is a Norbi Update életmódszere harmadik elemeként mutatta be a NorbiFit étrend-kiegészítőt azzal, hogy "...A brazil korall 74-féle ásványi anyagot tartalmaz, kiemelt mennyiséget kalciumból és magnéziumból, de jelentős a vas, a mangán, cink és réztartalma is. A NorbiFit tableta ezen kívül számos egyéb hatóanyagot is tartalmaz, amely felhasználhatóságát igazán sokrétűvé teszi. A tableta napi ajánlott dózisa 100 %-ban biztosítja a szervezet számára szükséges vitaminok legtöbbjét, így a B vitaminokat, a folsavat, a C és az E vitamint. Az E vitamin többek között késlelteti az öregedést, növeli a sejtek oxigén ellátását, csökkenti a vérrögképződési hajlamot. A tableta biotin tartalma bőr- és hajproblémák megoldásában segít. A rost az étvágycsökkentésben játszik szerepet, valamint csökkenti a zsírok, illetve mérgező anyagok felszívódását, az L-kamuin pedig a zsír energiává történő alakításában vesz részt. A tableta inulin komponense a szervezet zsír- és szénhidrát anyagcseréjét szabályozza. A holnaphoz kapcsolódó Norbi Update portálon olvasható 2006. január 16-a óta Norbi: "Elsősegély a tavaszi újjászületéshez!" Őszinte beszélgetés Norbival címmel egy reklámriport, amelynek szövege nagyrészt megegyezik a sajtótermékekben megjelent és az ismertett reklámriport szövegével.

A Budapesti Piac online oldalán (www.bppi.hu) szintén olvasható a NorbiFit ajánlása. A reklámszöveg megegyezik www.norbiupdate.hu internetes oldalakon megjelent sajtóreklámok szövegével.

A HáziPatika.com webáruház (www.hazipatika.hu) oldalain is olvasható a termék min! étrendkiegészítő ajánlása, és benne a termék legfontosabb hatóanyag a brazil korall kiemelt kalcium és magnézium, de jelentős a vas, a mangán, cink és réztartalmaz is azzal, hogy tartalmazza a szervezet számára szükséges vitaminok legtöbbjét a fent ismertettek megismétlésével. Tájékoztató továbbá az étvágycsökkentésben játszott szerepről, valamint az anyagok felszívódásában kifejtett hatásról, az L-kamuin szerepéről (zsír energiává történő alakításában vesz részt), továbbá arról, hogy a tableta inulin komponense a szervezet zsír- és

szénhidrát anyagcserjét szabályozza. A NorbiFit 2005 novemberében óriásplakáton is megjelent, reklámjain Schobert Norbert, valamint a termék dobozának fotóján és az update Jogon túl az alábbi szlogent tartalmazta: "Már csak ez hiányzott a fogyáshoz! NorbiFit A test öre!" Az óriásplakátokból 500 darab került kihelyezésre.

Az alperes a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (továbbiakban: Tptv.) 70. § (1) bekezdése alapján 2006. április 25. napján hivatalból versenyfelügyeleti eljárást indított annak megállapítására, hogy a felperes az általa forgalmazott NorbiFit elnevezésű étrend-kiegészítő termék lényeges tulajdonosága - különösen összetétele és egészségre gyakorolt hatása - tekintetében a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartás tanúsított-e. A versenyfelügyeleti eljárás 2006. július 5-én kiterjesztésre került a Norbi.hu Kereskedelmi és Szolgáltató Kft-re is.

A versenyfelügyeleti eljárás során a felperes által becsatolt, Dr. Halmy László által 2005. szeptember 13-án írt írásbeli vélemény szerint a Norbi Update rendszer szerves részeként kifejlesztett NorbiFit termék javítja és támogatja a megfelelő táplálkozáson és az egészségfejlesztő mozgáson alapuló életvitelt. A tableta komplett és innovatív összetétel tükrözi a legújabb élettani kutatások eredményeit. A termék biztonságosan elősegíti a program összehangolt tevékenységét, amely a testsúly csökkentésére, az erőállapot javítására és jobb életminőség elérésére ad lehetőséget. Ajánlotta azt mindazoknak, akik az életmódszertáplálkozási és testmozgásra vonatkozó javaslatait megfogadva szeretnék megszabadulni a túlsúlytól, és aktívabb, egészségesebb, örömteli életre vágyanak.

Dr. Halmy László a versenyfelügyeleti eljárás során 2006. augusztus 23-án tartott meghallgatás során kifejtette, hogy a 2005. szeptember 13-án készített szakvéleménye kizárólag azt tartalmazza, hogy a termék összetevői alkalmasak a testsúlycsökkentő étrend eredményességéhez hozzájárulni, befolyásolni, más ezen túlmenő állítást nem tartalmaz a szakvélemény. A termék összetétele alapján csak valószínűsítette az eredményt, és ajánlotta a terméket, figyelembe véve azt is, hogy akkor már valószínű volt, hogy az eredmények is tesztelésre kerülnek.

Az Országos Élelmiszerbiztonsági és Táplálkozástudományi Intézet (továbbiakban: OÉTI) által a közigazgatási eljárás során 2006. május 25-én írásban tett nyilatkozat szerint a NorbiFit terméket 935/2006. notifikációs számon vette nyilvántartásba. A nyilvántartásba vételi igazolás jelezte, hogy a nyilvántartásba vétel nem gyártási, illetve forgalomba hozatali engedély, az nem tanúsíthatja a termék megfelelőségét. A termékkel kapcsolatban nem indokolt a brazil korall különleges ásványianyag-forrás információ, vagyis úgy kell módosítani a termék összetételét, hogy a brazil korallból származó ásványi anyagok mennyisége a termék napi javasolt adagjában (RDA) elérje a RDA 15 %-át. Az OÉTI álláspontja szerint a brazil korallból származó ásványi anyagok közül egyik sem éri el napi ajánlott adagjában az RDA 15 %-át, holott az étrend-kiegészítőkről szóló 3712/2004. (IV.26.) ESzCsM rendelet (továbbiakban: ESzCsM r.) 15. § (3) bekezdése értelmében az összetevőként megadott vitaminnak, illetve ásványi anyagnak jelentős mennyiségben - azaz a napi ajánlott bevitel legalább 15 %-ban - kell jelen lennie az étrend-kiegészítőben. A számos étrendkiegészítőben fellelhető brazil korall tartalom, ami jelentős mennyiségű kalciumot épít be, miáltal nem megalapozott a különleges ásványi anyag-forrásra való hivatkozás. Sem emiatt, sem a 15 %-os minimum tartalom követelményét tekintve nem indokolt a különleges ásványianyag-forrás információ használata. A termék nem felel meg az étrend-kiegészítőkkel szemben támasztható követelményeknek az ESzCsM r. értelmében, melyről a felperest értesítették. Az OÉTI véleménye szerint az adott összetevőktől nem várható különösebb hatás az anyagcserére vonatkozóan. A "mindent biztosít" szövegrészt helytelennek és különösen félrevezetőnek ítélte, mivel a szervezet

napi igénye nem korlátozódik csak vitaminokra, antioxidánsokra és ásványi anyagokra. Az az állítás, hogy "a korall hatására nem lépnek fel különféle hiánytünetek és a sav-bázis egyensúly is fenntartható", azt sugallhatja, hogy a készítmény kezel bizonyos hiánytüneteket, és megelőzi a savbázis egyensúly felbomlását. A korall említett hatásaira vonatkozólag az OÉTI nem rendelkezett azt igazoló szakirodalmi adatokkal. Helytelen az az állítás, hogy a NorbiFit a világon egyedülálló összetételű szer, mivel a termékben jelenlevő összetevők számos más étrend-kiegészítőben is megtalálhatók különböző mennyiségben, a szóban forgó termékhez hasonló kombinációban. A terméken a felnőttek számára ajánlott napi beviteli érték százalékában van kifejezve a hatóanyag. A hatásos, biztonságos alkalmazás életkor, fiziológiás állapot és az alkalmazott dózis függvénye. A termék nem jelzi, hogy azt kismamák és gyerekek is fogyaszthatják, illetve annak mi a dózisa.

Az alperes a 2006. december 11. napján hozott Vj-57/2006/45. számú határozatában megállapította, hogy a felperes és a Norbi.hu Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. a NorbiFit elnevezésű étrend-kiegészítő termék reklámozása során az általuk közzétett, továbbá az érdekkörükben és egymás tevékenységének ismeretében megjelentetett reklámokkal a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsítottak. Egyúttal a felperessel szemben 14 millió forint és a Norbi.hu Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.-vel szemben 3 millió forint versenyfelügyeleti bírságot szabott ki. Határozatának indokolásában a Tptv. 8. § (1) bekezdésére, (2) bekezdésének a) pontjára és 9. §-ára hivatkozással kifejtette, hogy a vizsgált reklámokat a természetes személy fogyasztók szempontjából kellett megítélni, figyelembe véve azt is, hogy az érintett fogyasztói kör a bizalmi jellegű termék tekintetében érzékeny fogyasztói rétegnek minősül, mely fogékony az egészséggel és a nem kívánt külső jobba tételével kapcsolatos ígéretek iránt. Az a körülmény, hogy a felperes utólag beszerezte a testsúlycsökkentést esetleg alátámasztó, illetve igazoló és azt éppen annak elkészítésének időpontja miatt nem ellenőriztetett és minősített, dr. Halmy László által készített klinikai tesztet, a korábban folyt reklámtevékenységet nem tette jogszerűvé, mivel a reklám állításainak annak megjelenésekor, vagyis a piaci hatás kifejtésekor kell megfelelnie az elvárásoknak. Figyelembe vette azt is, hogy dr. Halmy László korábbi, klinikai eredmények hiányában adott véleménye kizárólag a testsúlycsökkenéssel összefüggésben foglalt állást, nem szólt ugyanakkor a termék ezen esetleg túlmutató, az emberi szervezetre ható egyéb tulajdonságairól.

A Vasárnap Reggel, a Szabad Föld, Blikk Tv, a Blikk, a Blikk Nők, a Hölgyvilág, a Nők Lapja és a Story című lapokban megjelent reklámok kapcsán kifejtette, hogy a reklámozott termék a testsúlycsökkentés tekintetében igazolt hatással nem rendelkezett, mely eleve megalapozza a reklámtevékenység jogsértő voltát. Külön értékelt, hogy a reklámot egy életmódprogram részeként mutatták be az egyébként igazolt hatással nem rendelkező terméket. A még esetleg valós, illetve igazolt hatás esetén is túlzó módon a fogyás, a testsúlycsökkenésre, illetve a testsúlyból eredő problémák megoldására helyezték a hangsúlyt a reklámok. Ehhez különböző eszközöket használtak, így például a bevezető szlogenek mind a fogyasztó hatással voltak összefüggésben, illetve ezen túlmenően a szövegezés kiemelten hivatkozott a harmadik, vagyis nélkülözhetetlen elemre, a NorbiFitre. Ha az életmódprogram részeként igazolt lett volna a reklámozás időpontjában a testsúlycsökkentésben kifejtett - akár közvetett - hatás, akkor is olyan állítások fogalmazódtak meg a reklámokban, melyek mintegy még azt is sugallták, hogy a termék fogyasztószer. Ezek a megfogalmazások hangsúly nélkülivé tették azt a közlést, mely az életmódprogram egyik részeként mutatta be a terméket. Bár nem zárja ki azt, hogy egyes hivatkozott, a termékben jelenlevő termékösszetevők közrehatnak a testsúlycsökkentésben, azonban egy-egy termék esetén az összetevők kellő mennyiségének és együttes hatásának kell igazoltnak lennie az OÉTI véleménye, de a jogszabályi rendelkezések szerint is ahhoz, hogy valamely, az adott konkrét termékre vonatkozó állítás

ne legyen alkalmasa megtévesztésre. A jogellenes reklámozást nem szünteti meg önmagában az a körülmény, hogy esetleg más termékek is hasonló összetevőkkel rendelkeznek, mert a vizsgált reklámok az adott termékre vonatkozóan, azok konkrét összetétele mellett fogalmazták meg állításukat. A reklámra vonatkozó mérlegelése körében figyelembe vette, hogy az étvágycsökkentésre való alkalmasságot dr. Halmy László által készített vélemény sem vizsgálta külön. Az ellenőrizhetetlen fogyasztói vallomások, amelyek végül is nem értékelhetők másként, mint a felperes által ellenőrizhetetlen tapasztalatként, pedig nem alkalmasak valamely termékhatás bizonyítására. Ugyancsak nem került bizonyításra a termék anyagcserére gyakorolt hatása, továbbá azon élettani hatás sem, mely szerint bizonyos, nem nevesített, ezáltal nem igazolt és kontrollálhatatlan hiánytünetek megszűnnek, de az sem, hogy élettani hatásként a termék fenntartja a termék sav-bázis egyensúlyát. A felperes által nem igazolt állításokkal ellentétben az OÉTI véleményét fogadta el irányadóként a fentiek tekintetében. Nem volt igazolt az az állítás sem - az OÉTI álláspontot is figyelembe véve -, hogy a termék "mindent biztosít, amire a szervezetünknek naponta szüksége van", ugyanis erre még az étrend-kiegészítők sem alkalmasak. Közvetlen piaci hatású állításként nem állja meg a helyét bizonyítottan a reklám azon állítása sem, hogy a NorbiFit egyedülálló a maga műfajában. Ez utóbbi állítás piacelsőségi állításnak minősül. A piacelsőségi állítások esetében azon túl, hogy egy adott termék hatásának igazolására szükség van, szükséges egy további, más versenytársi termékekre elvégzett összehasonlító vizsgálat is, melynek elkészítésére a felperes még csak nem is hivatkozott. Az a körülmény, hogy a reklámok tudatták a fogyasztókkal, hogy a NorbiFit nem egy újabb csoda fogyasztószer, a reklámokat nem teszi jogszerűvé, mivel éppen a tudományosság, egzaktság látszata volt a megtévesztésre alkalmassá tétel egyik eszköze. Az alperes nem kifogásolta a reklámok vitamintartalomra tett állítását.

A Blikkben és a Szabad Földben "NorbiFitel folytatom a fogyást!" címmel megjelent reklámok az előző reklámokkal ellentétben a NorbiFit életmódprogramon belüli, fogyással kapcsolatos szerepét nem hangsúlyozták túl. A reklám annak ellenére jogsértőnek minősül, mivel a termékre nézve a vitamintartalom túl nem igazolt állításokat tartalmazott az "ásványi anyag bombaként" nevesített összetevő vonatkozásában, mely túlzó jelzővel ellátott állítás megtévesztésre alkalmas, mivel a napi beviteli adag (RDA) nem éri el a 15 %-ot sem. A reklámok összhatása akkor is jogsértő lehet, ha egy-egy állítás valós tartalommal bír. Erre tekintettel - a termék lényeges összetevőjeként nevesített korall hatásának bizonyítatlan volta miatt - nem megalapozott az az állítás sem, hogy a több összetevőjű életmódprogram utolsó elemének hatásossága szerepet játszik az életmódprogram összhatásában, vagyis a további elemek hatásosságának fokozásában. Jogsértő a Szabad Földben megjelent reklám "egyedülálló" piacelsőségi állítása is.

2006-ban a Metro, a Tina és a Diéta&Fitnessz című lapokban 2006-ban megjelent szerint a fogyasztó terhelessége alatt is megőrizhető a tökéletes alak a termék használata révén - az életmód részeként - a nem brutális fogyni gyógyszerrel. A reklámban használt, nem igazolt állítás akár egy módszer részeként, akár önállóan jogszerűtlen, amit erősít a "nem brutális fogyi" kifejezés használata is. Az ellentétpár ily módon való megfogalmazása megalapozatlan többlet reményeket kelthet a fogyasztóban, mert a szövegből az következik, hogy bár az ajánlott termék nem fogyaszt brutálisan, de "nem brutálisan" képes lehet a kívánt hatás elérésére. A gyermekemnek is adok, így van ez a "NorbiFitel" közlés szintén nem kelt megalapozott fogyasztói várakozást, ezáltal nem jogszerű. A gyermekeknek adható, rájuk élettani hatással bíró termékek különleges táplálkozási célú terméknek minősülnek az irányadó jogszabály szerint, mely feltételeknek a termék nem felel meg. Tényleges hatása - vitamintartalmán túl - nem igazolt, illetve amennyiben különösebb hatást nem fejt ki, azaz nem árt, de nem is használ, erre nem építhető reklámígéret. Az a

körülmény, hogy a reklámban azt közölte, hogy a piacon az ajánlott terméken túl "... nincs normális kínálat, minek folytán a termék kifejlesztésében az a cél motiválta a felperest, hogy egy tartalmában új, forradalmim más termékeket, egy családot fejlesszen ki", többszörösen jogszerűtlen. A piacot más forgalmazók terhére - erre vonatkozó felmérések nélkül - minősítő, ezáltal a saját terméket jogtalanul feldicsérő állítás ugyanis nincs igazolva még a saját termék hatásait illetően sem, nem még összehasonlító vizsgálatokkal. A nem igazolt állítások hihetőségét, a fogyasztók meggyőzését szolgálták azok a valótlan állítások, miszerint a gyártókat az esetek többségében Norbi választja meg, illetve ő gyártatja le a terméket.

Az Elixírben megjelent reklám - a kifejtett indokok alapján - a szervezetnek mindent biztosító, testsúlycsökkentő, étvágycsökkentő, anyagcserét segítő és "egyedülálló" reklámállításai révén, melyek a termék lényeges tulajdonságaiként lettek megfogalmazva, összhatásában is alkalmas a megtévesztésre, figyelembe véve a reklám teljes szövegét, mivel a fogyasztó fegyelmét ezen kiemelt állításokra irányította a reklám.

Az Excalibur Magazinban közölt reklámban közölt állítások kapcsán az alperes kifejtette; hogy a NorbiFit nem minősül gyógyszernek vagy gyógyhatású szernek, így az erre utaló reklámállítás azon túl, hogy a vizsgált reklámok körén belül is súlyos megtévesztést eredményezhet, egy másik piacra, azaz a gyógyszerek vagy gyógyhatású termékek piacára kihatóan is kifejtetheti hatását. A reklám közlései vonatkozásában a már kifejtettek megfelelően irányadóak, értékelve azt is, hogy a korallra - nem igazolt állításokkal - olyan ezáltal túlzó és az egyébkémi hatást fokozó kijelentéseket tett, miszerint a korallt állatoknak adva azt figyelték meg, hogy húruk több fehérjét és kevesebb zsírt tartalmazott, a csirkék több tojást, a tehenek több tejet adtak, illetve az emberi felhasználás során is meglepő eredményeket tapasztaltak. A magazin 6. oldalán Norbi: "Megtaláltam a megoldást!" címmel megjelentetett reklám cikk az "egyedülálló a maga műfajában" jogellenes piacelsőbbbségi, továbbá "a korall hatására nem lépnek fel különböző hiánytünetek és a sav-bázis egyensúly is fenntartható" igazolatlan élettani közlést tartalmazott. A lap utolsó oldalán túlzó és nem igazolt állításokkal ajánlotta a terméket, mely hangulatkeltő, igazolatlan állítások erősítik a megtévesztésre alkalmas hatást ("a XXI. század étrend-kiegészítője", "Totális megoldás!") A rendszertelen kiadású Excalibur Magazinban, mely magas példányszámban, egyedileg terjesztett újság, írt tájékoztatás jellegét és célját tekintve reklámnak tekinthető.

A Norbi.hu Kft. által fenntartott internetes oldalakon található közlés megtévesztésre alkalmas, ugyanis azon túl, hogy a rost szerepet játszik az étvágycsökkentésben, illetve a tovább egyes összetevők (L-karnitin, inulin) általában kifejtethetnek valamely, a reklámban ismertetett élettani hatást, az nem került igazolásra, hogy konkrétan, az adott termék - összetevőit tekintve - is kifejti az ígért hatást. A megállapításnál figyelemmel volt az OÉTI álláspontjára. A Norbi Update portálon olvasható információ tartalmának minősítése megegyezik a sajtótermékekben megjelentetett és a fent ismertetett reklámriport minősítésével. A Budapesti Piac online oldalán közzétett NorbiFit ajánlása Norbi-féle sajtóreklámokkal kapcsolatban írtnak szerint minősül jogsértőnek.

A HáziPatika.com webáruház oldalain közölt reklámban közölt, az étvágycsökkentésben játszott szerep dr. Halmy László szerint sem került értékelésre. Az adott termék viszonyában nem igazolt továbbá az anyagok felszívódásában kifejtett hatás, a L-kamuin, illetve az inulin szerepe sem. Azon túl, hogy az állításokat az eljárás alá vontak nem igazolták, az OÉTI is a reklámban írtakkal ellentétes álláspontot foglalt el, így ezt a tájékoztatást is jogellenesnek tekintette. A 2005 novemberében megjelent óriásplakátokon közzétett reklám figyelemfelhívó reklámnak minősül. A figyelemfelhívó reklámokban ugyan nem kell

részletesen ismertetni a reklámozott termék lényegesen tulajdonságait, azonban a figyelemfelkeltő állításnak valósnak kell lennie. Nem értékelte valósnak azt a kitévelt, hogy már csak a NorbiFit hiányzott a fogyáshoz, mivel ilyen halása nem igazolt.

Az alperes a Tpvt. 78. § (1) és (3) bekezdése alapján a bírság összegének megállapítása során figyelembe vette, hogy a felperes a bírság összegének megállapítása szempontjából relevánsan jelentős reklámköltséggel folytatta a kiterjedt és különböző reklámeszközöket használt reklámkampányát. A kifogásolt hirdetések a megcélzott fogyasztói körhöz széles körben juttatták el a jogsértő információkat azon a piacon, ahol éves verseny folyik, illetve más piacra is kihathattak, mely körülményeket a jogsértés súlya körében értékelte. Az árbevételhez viszonyítottan kiemelkedően magas költségráfordítás azt támasztja alá, hogy a termék intenzív bevezető reklámkampánya a fogyni kívánók körében minél több fogyasztót kívánt megnyerni a bizalmi termékre nézve. A bírság kiszabása körében értékelte azt is, hogy korábban több jogsértést is megállapított a Tibor Attila tulajdonában volt és ügyvezetése alá tartozó vállalkozások terhére. Álláspontja szerint a személyi kör azonossága a bírságot befolyásoló, a felperes terhére értékelendő körülmény. A felperes által elért bevétel alapján a felperes magatartását súlyos jogsértésnek minősítette.

A felperes keresetében az alperes határozatának felülvizsgálatát és elsődlegesen annak hatályon kívül helyezését, míg másodlagosan az alperes határozatának részbeni megváltoztatását és a terhére kiszabott bírság mellőzését kérte. Perköltségre igényt tartott. Az ESzCsM r. 2. § a) pontjára, 10. § (1) bekezdésére, 11. és 12. §-ára hivatkozással kifejtette, hogy a jogszabály nem követeli meg, hogy a forgalmazó a forgalomba hozatalkor rendelkezzen a termék hatásait bemutató dokumentációval, az étrend-kiegészítők szabadon forgalmazhatóak, csak a termék vonatkozásában ír elő bizonyos tartalmi követelményeket és kijelöli az ellenőrző szervet. Mivel az étrend-kiegészítők csak kismértékben vannak hatással az emberi egészségre, és az előírt vitaminok, ásványi anyagok és nyomelemek pozitív hatással vannak az emberi szervezetre, ezért a jogalkotó nem tartotta szükségesnek egy engedélyező szerv felállítását, amely engedély megadásához dokumentációs hatástanulmány megléte válna szükségessé. Az ESzCsM r. kizárólag a címkeszövegeknek az OÉTI általi jóváhagyását követeli meg. Az alperes a hivatkozott rendeleti előírásokat figyelmen kívül hagyva állapította meg, hogy kizárólag a termék hatásait igazoló dokumentumok birtokában kezdhette volna meg a forgalmazást. Az étrend-kiegészítőkre nem lehet a gyógyszernek nem minősülő gyógyhatású termékek versenyhatósági gyakorlatát rávetíteni. Az alperes az eljárása során megsértette az ártatlanság vélelmét, és nem tett eleget a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (továbbiakban: Ket.) 50. § (1) bekezdésében és a Tpvt. 65. § (1) és (2) bekezdésében előírt tényállás tisztázási kötelezettségének. Amennyiben az eljárás során szükséges lett volna a vizsgált termék hatásainak független szakértői testület általi tanúsítását, akkor annak beszerzéséről hivatalból kellett volna gondoskodnia, vagy fel kellett volna hívni megfelelő határidő kitűzésével tanúsítvány beszerzésére. Az alperes tévesen követelte meg az étrend-kiegészítő hatásait előzetesen igazoló független szakértői vizsgálat elvégzését, és lehetőség van a termék hatásainak későbbi igazolására. Egyértelműen tesztelésre és bizonyításra került a termék pozitív szerepe egy esetleges súlycsökkentő életmód hatásosságában. Az alperes az egyértelmű bizonyítékok figyelmen kívül hagyása mellett állapította meg az étrend-kiegészítőről, hogy nem bizonyított annak a súlycsökkenésben játszott szerepe. Schobert Norbert nem egy fogyókúra termék reklámalakjaként, hanem az egészséges életmód képviselőjeként vált ismertté, és ezt szimbolizálja a fogyasztók számára. A mozgás és az egészséges táplálkozás nem kizárólag a túlsúlyos emberekhez szól, hanem mindazokhoz, akik egészségesebb életet szeretnének élni, és azt egy átfogó rendszer keretében kívánják megvalósítani. Az életmódrendszer a NorbiFit étrend-kiegészítő megjelenéséig két elemből tevődött össze: a rendszeres

testmozgásból és a kiegyensúlyozott táplálkozásból. A harmadik elem az első kettőt kiegészítő vitamin-, ásványi anyag és nyomelem-utánpótlásra épül, koncentrált formában juttatja be a szervezetbe az annak megfelelő működéshez szükséges anyagokat. Az alperesnek kiemelt jelentőséget kellett volna tulajdonítania mindezek figyelembevételére, valamint Schobert Norbert személyére, mert ez a szemlélet felel meg annak a gyakorlatban megfogalmazott követelménynek, hogy a reklámokban szereplő tájékoztatások jogszerűségének vizsgálatánál azoknak a fogyasztók általi értelmezhetőségét kell figyelembe venni.

A testsúly csökkentésére tett állítások körében a felperes kifejtette, hogy a "Norbi most megtalálta életmód programjának harmadik, és egyben nélkülözhetetlen elemét" kijelentés kiemeli a termék azon jellemzőjét, hogy az nem önmagában használva, hanem kizárólag egy életmód-rendszerbe foglalva hoz eredményt. A fogyasztók előtt az első két elem, a mozgás és a kiegyensúlyozott táplálkozás már ismert, melyet egészíti ki az étrend-kiegészítő mint harmadik elem, melyet a reklám Schobert Norbert által képviselt értékek és őt a fogyasztók általi ezen értékekkel való azonosítás miatt egyértelműen nem önmagában hatásos fogyasztószerként tünteti fel, hanem az évek óta hirdetett és a nagyközönség számára ismert új szemléletű életmód részeként. A "lakosság 60 %-a túlsúlya ellenére hiába mozog, diétázik, mert hiányoznak szervezetéből és táplálkozásából az alapvető anyagok" kijelentés a mozgás és diéta önmagában való hatástalanságát hangsúlyozza, kiemelve, hogy azok eredményességét mozdíthatja elő a reklámozott termék. Tehát nem a mozgás és a diéta reklámozott termékre való cserélése volt az üzenet, hanem azok kiegészítése, hatásosságuk elősegítése. Ez pedig az alperes által alkalmazott gyakorlat alapján is jogszerűen hirdethető. Ezzel kapcsolatban a fogyasztókat kizárólag akkor éri megtévesztés, ha a NorbiFit nem rendelkezik a reklámozott hatásossággal. Dr. Halmy László által elvégzett teszt bizonyítja a reklámokban megjelenített állítások valós tartalmát, így ilyen irányú megtévesztés nem történt. Nem helytálló ezért az alperesi következtetés, mely szerint a reklám állításai hangsúly nélkülivé tették azt a közlést, mely az életmódprogram egyik részeként mutatta be a terméket. A "mindent biztosít, amire a szervezetünknek naponta szüksége van" állítás kapcsán tett alperesi értelmezés alátámasztja, hogy az alperes reklámokból kiragadott elemeket vizsgált az eljárása során, és azok alapján hozta meg a döntését. A teljes reklám arra helyezi a hangsúlyt, hogy felhívja a fogyasztók figyelmét egy étrend-kiegészítő fontosságára. Ezt belehelyezte Schobert Norbert életmód-rendszerbe, és ebben a környezetben jelent meg az alperes által kifogásolt állítás. A NorbiFit nem kívánja helyettesíteni sem a rendes táplálkozást, sem a folyadékfelvételt. Azokat az ásványi anyagokat, vitaminokat és antioxidánsokat juttatja a szervezetbe, amelyek az esetlegesen nem megfelelő táplálkozás folytán nem kellő mennyiségben kerülnek a szervezetbe, és hozzájárulhatnak az anyagcsere-folyamatok lassulásához, a levertség, fáradékonyság érzetének kialakulásához.

A "nem brutális fogyi gyógyszer" kifejezés annak érzékeltetésére hivatott, hogy a NorbiFit nem mesterséges összetevőkből álló szer, amelynek hatása kiszámíthatatlan az emberi szervezetre, hanem egy természetes alapanyagokból álló étrend-kiegészítő, amely egy átfogó életmód rendszer része. A mondanivaló igazi hordozója a mondat második fele, azaz "bárki szedheti a legtermészetesebb ásványpótlásként", melynek hatásosabbá tétele érdekében került be az alperes által önállóan értelmezett részlet.

Az alperes a reklámból és a konkrét mondatból kiragadva értékelte a "nincs normális kínálat" szövegrészt jogsértőnek. A kifogásolt mondatrész az életmód-háttérre vonatkozik, melyből Schobert Norbert szerint nincs normális kínálat. Az alperesnek ellenkező álláspont esetén bizonyítást kellett volna lefolytatnia a magyarországi életmód-rendszerek körében, fel kellett volna tárnai azok számát, módszereit, megállapítva teljességüket vagy az élet egy bizonyos

pontjára történő koncentrálsukat, és csak az alapján tehetett volna bármilyen megalapozott kijelentést. Mivel ilyen bizonyítás lefolytatására nem került sor, ezért az alperes következtetései a "nincs normális kínálat" szövegrész vonatkozásában megalapozatlanok, önkényesek és ezáltal jogsértők.

A különleges táplálkozási célú termék minősítés megalapozó tájékoztatás körében kifejtette, hogy a reklám állítása nem bátorítás volt arra, hogy a terméket állapotos nők és gyermekek is szedhetik. A teljes szöveg azt hivatott bizonyítani, hogy természetes alapanyagokból készült termékről van szó, mely nem ártalmas az emberi szervezetre. Ennek hangsúlyozására szolgált a "saját maguk tesztelte" szövegrész, valamint kizárólag ezt a mondanivalót hivatott példákkal fűszerezni a család másik két tagjára vonatkozó állítás. Az idézett kijelentés ezért nem értékelhető jogsértőként, legfeljebb ellenőrizhetetlen tapasztalatként.

Az Excalibur Magazinban tett gyógyhatású kijelentés kapcsán kifejtette, hogy az alperesi állítással ellentétben nem történt a NorbiFitre vonatkozó gyógyhatású állítás, ugyanis kizárólag a brazil korall bemutatása kapcsán esett szó betegségekről. Amennyiben az alperes kétségbe vonja az idézett cikkben foglaltakat, akkor bizonyítási eljárást kellett volna lefolytatnia a brazil korall hatásai és felhasználását illetően. Ez azonban nem történt meg, az alperes egyszerűen egybemosta a korallt a vizsgálat alá vont termékkel, és a brazil korallnak tulajdonított hatásokat a NorbiFitre vetítette. Ugyanakkor ennek már a határozatban foglaltak alapján sem volt jogalapja, így az alperes azon állítása miszerint a cikk a terméknek gyógyhatást tulajdonít alaptalan és jogsértő.

Az óriásplakátokon hirdetett "Már csak ez hiányzott a fogyáshoz" kijelentés körében előadta, hogy a figyelemfelkeltő reklám lényege, hogy a részletek nem kerülnek feltüntetésre, további információt a fogyasztó egyéb helyekről szerezhet be. Az alperes a hirdetés jogsértőnek minősítésekor figyelmen kívül hagyta azt a körülményt, hogy a részletes információt tartalmazó riportok, egyéb reklámanyagok mindegyike azt az üzenetet hordozta, mely szerint Schobert Norbert által kifejlesztett életmód-rendszer újabb elemmel bővült, amely elősegíti az egészséges, energiával teli életet, illetve túlsúly esetén a módszer eredményességét fokozza. Az óriásplakátokon megjelent közlés ez utóbbi üzenetet közvetíti, részletekbe bocsátkozás nélkül, így megalapozatlan annak jogsértő volta. Mindezek alapján megállapítható, hogy az alperes jogellenesen értelmezte a reklámok állításait, azokat önmagukban, szövegkörnyezetükből kiragadva vizsgálta, megsértette a reklámok összhatásában való értékeléséhez kapcsolódó gyakorlatot. Az alperes a bírság összegének meghatározása során nem tett eleget az indokolási kötelezettségének, és megsértette a mérlegelési jogkörben hozott döntésekkel szemben támasztott jogszerűségi követelményeket. Indítványozta dr. Halmy László és dr. Bakanek György tanúkemi kihallgatását.

Az alperes ellenkérelmében - fenntartva a határozatában foglaltakat - a felperes keresetének elutasítását és a perköltségben történő marasztalását kérte. Álláspontja szerint a határozata megalapozott és jogszerű. A különböző reklámok megjelenésének időpontjában rendelkezésre álló vizsgálatok és tesztek eredményeit vette, illetve vehette alapul. Az a körülmény, hogy valamely később készült klinikai teszt mit állapított meg a termékről, nem befolyásolja a határozatában megállapított jogsértést, mivel a reklámok a megjelenésükkor fejtették ki hatásukat, amikor a felperes még nem igazoltatta a terméke egészségre kifejtett hatását. Ezt támasztja alá a felperes piaci magatartásának azon jellemzője, hogy korábban hoz forgalomba bizonyos termékeket, és csak azután szerzi be az ahhoz már eleve szükséges, reklámjainak állítását igazoló klinikai teszteket. Jelen ügy szempontjából nem releváns a reklámozás után elvégeztetett klinikai vizsgálat esetleges eredménye. Dr. Halmy Lászlót a versenyfelügyeleti eljárásban meghallgatta, aki egyértelműen úgy nyilatkozott, hogy csak valószínűsítette a termék testsúlycsökkentéssel kapcsolatos hatását anélkül, hogy

más hatást vizsgált volna. A jelen ügyben relevánsan ennél többet nem közölhetett Dr. Flalmy László, ezért mind az ő, mind dr. Bakanek György meghallgatását indokolatlannak tartja. A Grtv. 17. § (3) bekezdésében foglaltakkal összhangban a reklám ténybeli állításaira vonatkozó bizonyítás a profitorientált reklámozó vállalkozást terheli. Amennyiben a reklám valamely tényről állít a termékről, akkor a vállalkozás kötelessége, hogy csak a termék valós tulajdonságaira vonatkozó közlések jelenjenek meg a reklámban. Valamennyi reklámozó annak szövegkörnyezetében kell értékelni. A felperes által kiragadott egy-egy állítást a maga szövegkörnyezetében értékelt. Az óriás plakátokon megjelent hirdetés vonatkozásában kifejtette, hogy ezen reklámeszköz jellemzően a figyelemfelhívó reklámok megjelenítésére alkalmas. Mindezeket sértette meg a felperes akkor, amikor ennél többet közölt azzal, hogy "Már csak a NorbiFit hiányzott a fogyáshoz".

A felperes keresete nem alapos.

A bíróság az alperes határozatát a Tpv. 83. § (1) bekezdése és a Pp. 324. § (2) bekezdésének c) pontja alapján a kereset és az ellenkérelem keretei között vizsgálta felül.

A Tpv. 8. § (1) bekezdése szerint tilosa gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. A Tpv. 8. § (2) bekezdésének a) pontja értelmében a fogyasztók megtévesztésének minősül különösen, ha az áru ára, lényeges tulajdonsága - így különösen összetétele, használata, az egészségre és a környezetre gyakorolt hatása, valamint kezelése, továbbá az áru eredete, származási helye, beszerzési forrása vagy módja - tekintetében valótlan tény vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állítanak, az árut megtévesztésre alkalmas árjelzővel látják el, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak.

A Tpv. 9. §-a alapján a használt kifejezéseknek a mindennapi életben, illetőleg a szakmában elfogadott általános jelentése az irányadó annak megállapításánál, hogy a tájékoztatás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas-e.

A Tpv. 8. §-a tiltja a fogyasztók megtévesztését és a fogyasztók választási szabadságának indokolatlan korlátozását, amelyet a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolásában jelöl meg. A Tpv. 8. § (1) bekezdése általánosságban tilalmazza a fogyasztók megtévesztését. A megtévesztő magatartásokat a Tpv. 8. § (2) bekezdése sorolja fel. A Tpv. 8. § (2) bekezdésének a) pontja értelmében a fogyasztói döntések jogsértő befolyásolása megvalósul a valótlan tényállítással, a valós tény megtévesztésre alkalmas módon való állításával, illetőleg bármilyen megtévesztésre objektíve alkalmas tájékoztatással. Általában minden olyan magatartás, amely alkalmas a fogyasztók döntési szabadságának korlátozására, jogellenes tekintet nélkül arra, hogy a hátrány valóban vagy ténylegesen bekövetkezett volna. A Tpv. 8. § (1) bekezdésének és (2) bekezdése a) pontjának alkalmazásában azoknak a magatartásoknak van versenyjogi jelentősége, azok a magatartások jogsértők, amelyeknél a megtévesztés befolyásolja a fogyasztói döntés szabadságát, és ezzel az adott vállalkozást előnyösebb helyzetbe hozza a piac más szereplőivel szemben, a piaci viszonyokat zavaró hatást fejt ki. Annak megítélésében, hogy az adott információ kimeríti-e a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolásának tilalmát szabályozó Tpv. 8. §-a (2) bekezdésének a) pontjában foglaltakat, a Tpv. 9. §-a alapján a fogyasztók mindennapi ismereteire támaszkodó értelmezést lehet figyelembe venni.

Az állítás tisztességes volta akkor állapítható meg, ha az egyértelmű és megalapozott üzenetet tartalmaz a fogyasztó részére. A felperes által közölt tényállítás fogyasztókat megtévesztő jellegének értékelése során ezért azt kellett vizsgálni, hogy a fogyasztók az adott állítást, közlést hogyan és miként értelmezheték, értékelheték, és az mennyiben felelt meg a valós helyzetnek.

Az adott magatartás versenyjogi megítélésénél - figyelemmel a Tpvt. 9. §-ára is - kiemelt jelentőséggel bír, hogy az adott információhoz a fogyasztó számára felismerhető; egyértelmű tartalom párosuljon. A fogyasztókkal közölt állítás tartalmának megítélésekor abból kell kiindulni, hogy a fogyasztók hogyan érthették a közlést, ezért a felperesnek a cikkből nem követhető szándékai, az általa állított és részéről kifejezni kívánt jelentéstartalom nem vehető figyelembe.

A perbeli esetben a cikket közlő felperest terhelte annak igazolása, hogy a gyógyhatásra, a testsúlycsökkentésre vonatkozó állítása pontos és valós, és e vonatkozásában tett megállapítását hiteles, megalapozott adatokkal kellett volna alátámasztania. A felperes csak abban az esetben tehetett volna a cikkben ilyen tartalmú kijelentést, ha annak valóságtartalmát hitelt érdemlően igazolni tudta volna, azonban a felperes nem tett eleget az őt terhelő bizonyítási kötelezettségének. Az áruhoz kötődő tulajdonságnak pontosnak és igaznak kell lennie, mely azonban a perbeli esetben nem bizonyított. Az alperes az eljárása során helyesen nem a cikkben közölt adatok helytállóságát, hanem a felperesi kijelentés valóságtartalmát és jogszerűségét vizsgálta. A szakmai fogyasztói kör is a felperestől szerezhet tudomást a fogyasztó hatásról, ezért a felperes által közölt tényállítás fogyasztókat megtévesztő jellegének értékelése során fent kifejtettek ebben az esetben is teljes mértékben irányadóak.

A Tpvt. 8. §-a a fogyasztói döntés szabadságát védi, amely szükségképpen kiterjed a fogyasztók áruválasztását befolyásoló tényezők vizsgálatára. Alapvető követelmény, hogy a fogyasztói tájékoztatás pontos és valóságos legyen. A fogyasztókhoz eljuttatott információk valóságtartalmát minden esetben a közreadónak kell igazolnia oly módon, hogy az állítás valóságnak való megfelelést igazoló bizonyítékokkal a közreadónak már az állítás közzétételekor rendelkeznie kell. A felperesnek a cikk megjelentetésekor kellett volna olyan bizonyítékokkal rendelkeznie, amely a fogyasztó hatásra tett állítások megalapozottságát az elvárható és szükséges mértékben alátámasztják. A felperes általa per során benyújtott tanulmányok és a cikk időbeli egyezősége nem áll fenn, valamint a tanulmányok nem tartalmaznak pontos adatokat, tényeket a fogyasztó hatásról, ezáltal az adatok számszerűsítésének hiányában azok érdemben nem vethetők össze és nem értékelhetőek. Ebből következően a felperes által benyújtott iratok nem cáfolták meg az alperesi megállapítások jogszerűségét. A perbeli jogvita a versenyfelügyeleti eljárás során keletkezett iratok, a peres felek nyilatkozata, az általuk becsatolt iratok és a Tpvt. irányadó rendelkezései alapján elbírálnak, ezért a bíróság mint szükségtelent mellőzte a felperes tanúkihallgatásra irányuló bizonyítási indítványait.

A Vasárnap Reggel, a Szabad Föld, Blikk Tv, a Blikk, a Blikk Nők, a Hölgyvilág, a Nők Lapja és a Story című lapokban megjelent reklámok kapcsán megállapítható, hogy a reklámozott termék a testsúlycsökkentés tekintetében igazolt hatással nem rendelkezett, mely eleve megalapozza a reklámtevékenység jogsértő voltát. Külön értékelte, hogy a reklámot egy életmódprogram részeként mutatták be az egyébként igazolt hatással nem rendelkező terméket. A még esetleg valós, illetve igazolt hatás esetén is túlzó módon a fogyás, a testsúlycsökkenésre, illetve a testsúlyból eredő problémák megoldására helyezték a hangsúlyt a reklámok. Ehhez különböző eszközöket használtak, így például a bevezető szlogenek mind a fogyasztó hatással voltak összefüggésben, illetve ezen túlmenően a szövegezés kiemelten hivatkozott a harmadik, vagyis nélkülözhetetlen elemre, a NorbiFitre. Ha az életmódprogram részeként igazolt lett volna a reklámozás időpontjában a testsúlycsökkentésben kifejtett - akár közvetett - hatás, akkor is olyan állítások fogalmazódtak meg a reklámokban, melyek mintegy még azt is sugallták; hogy a termék fogyasztószer. Ezek a megfogalmazások hangsúly nélkülivé tették azt a közlést, mely az életmódprogram egyik részeként mutatta be a terméket. Bár nem zárja ki azt, hogy egyes

hivatkozott, a termékben jelenlévő termékösszetevők közrehathatnak a testsúlycsökkentésben, azonban egy-egy termék esetén az összetevők kellő mennyiségének és együttes hatásának kell igazoltnak lennie az OÉTI véleménye, de a jogszabályi rendelkezések szerint is ahhoz, hogy valamely, az adott konkrét termékre vonatkozó állítás ne legyen alkalmasa megtévesztésre: Ugyancsak nem került bizonyításra a termék anyagcserére gyakorolt hatása, továbbá azon élettani hatás sem, mely szerint bizonyos, nem nevesített, ezáltal nem igazolt és kontrollálhatatlan hiánytünetek megszűnnek, de az sern, hogy élettani hatásként a termék fenntartja a termék sav-bázis egyensúlyát. Közvetlen piaci hatású állításként nem állja meg a helyét bizonyítottan a reklám azon állítása sem, hogy a NorbiFit egyedülálló a maga műfajában. Ez utóbbi állítás piacelsőségi állításnak minősül. A piacelsőségi állítások esetében azon túl, hogy egy adott termék hatásának igazolására szükség van, szükséges egy további, más versenytársi termékekre elvégzett összehasonlító vizsgálat is, melynek elkészítésére a felperes még csak nem is hivatkozott. Az a körülmény, hogy a reklámok tudatták a fogyasztókkal, hogy a NorbiFit nem egy újabb csoda fogyasztószer, a reklámokat nem teszi jogszerűvé, mivel éppen a tudományosság, egzakttság látszata volta megtévesztésre alkalmassá tétel egyik eszköze

A Blikkben és a Szabad Földben "NorbiFitel folytatom a fogyást!" címmel megjelent reklámok az előző reklámokkal ellentétben a NorbiFit életmódprogramon belüli, fogyással kapcsolatos szerepét nem hangsúlyozták túl. A reklám annak ellenére jogsértőnek minősül, mivel a termékre nézve a vitamintartalom túl nem igazolt állításokat tartalmazott az "ásványi anyag bombaként" nevesített összetevő vonatkozásában, mely túlzó jelzővel ellátott állítás megtévesztésre alkalmas, mivel a napi beviteli adag (RDA) nem éri el a 15 %-ot sem. A reklámok összhatása akkor is jogsértő lehel:, ha egy-egy állítás valós tartalommal bír. Erre tekintettel - a termék lényeges összetevőjeként nevesített korall hatásának bizonyítatlan volta miatt - nem megalapozott az az állítás sem, hogy a több összetevőjű életmódprogram utolsó elemének hatásossága szerepet játszik az életmódprogram összhatásában, vagyis a további elemek hatásosságának fokozásában. Jogsértő a Szabad Földben megjelent reklám "egyedülálló" piacelsőségi állítása is.

2006-ban a Metro, a Tina és a Diéta&Finesz című lapokban 2006-ban megjelent szerint a fogyasztó terhessége alatt is megőrizhető a tökéletes alak a termék használata révén - az életmód részeként - a nem brutális fogyni gyógyszerrel. A reklámban használt, nem igazolt állítás akár egy módszer részeként, akár önállóan jogszerűtlen, amit erősít a "nem brutális fogyi" kifejezés használata is. Az ellentétpár ily módon való megfogalmazása megalapozatlan többlet reményeket kelthet a fogyasztóban, mert a szövegből az következik, hogy bár az ajánlott termék nem fogyaszt brutálisan, de "nem brutálisan" képes lehet a kívánt hatás elérésére. A gyermekemnek is adok, így van ez a "NorbiFitel"közlés szintén nem kelt megalapozott fogyasztói várakozást, ezáltal nem jogszerű. A gyermekeknek adható, rájuk élettani hatással bíró termékek különleges táplálkozási célú termékek minősülnek az irányadó jogszabály szerint, mely feltételeknek a termék nem felel meg. Tényleges hatása - vitamintartalmán túl - nem igazolt, illetve amennyiben különösebb hatást nem fejt ki, azaz nem árt, de nem is használ, erre nem építhető reklámígéret. Az a körülmény, hogy a reklámban azt közölte, hogy a piacon az ajánlott terméken túl "... nincs normális kínálat, minek folytán a termék kifejlesztésében az a cél motiválta a felperest, hogy egy tartalmában új, forradalmian más termékeket, egy családot fejlesszen ki", többszörösen jogszerűtlen. A piacot más forgalmazók terhére - erre vonatkozó felmérések nélkül - minősítő, ezáltal a saját terméket jogtalanul feldicsérő állítás ugyanis nincs igazolva még a saját termék hatásait illetően sem, nem még összehasonlító vizsgálatokkal. A nem igazolt állítások hihetőségét, a fogyasztók meggyőzését szolgálták azok a valótlan állítások, miszerint a gyártókat az esetek többségében Norbi választja meg, illetve ő gyártatja le a terméket.

Az Elixírben megjelent reklám - a kifejtett indokok alapján - a szervezetnek mindent biztosító, testsúlycsökkentő, étvágycsökkentő, anyagcserét segítő és "egyedülálló" reklámállításai révén, melyek a termék lényeges tulajdonságaiként lettek megfogalmazva, összhatásában is alkalmas a megtévesztésre, figyelembe véve a reklám teljes szövegét, mivel a fogyasztó figyelmét ezen kiemelt állításokra irányította a reklám.

Az Excalibur Magazinban közölt reklámban közölt állítások kapcsán megállapítható, hogy a NorbiFit nem minősül gyógyszernek vagy gyógyhatású szernek, így az erre utaló reklámállítás azon túl, hogy a vizsgált reklámok körén belül is súlyos megtévesztést eredményezhet, egy másik piacra, azaz a gyógyszerek vagy gyógyhatású termékek piacára kihatóan is kifejtheti hatását. A reklám közlései vonatkozásában a már kifejtettek megfelelően irányadóak, értékelve azt is, hogy a korallra - nem igazolt állításokkal - olyan ezáltal túlzó és az egyébkémi hatást fokozó kijelentéseket tett, miszerint a korallt állatoknak adva azt figyelték meg, hogy húruk több fehérjét és kevesebb zsírt tartalmazott, a csirkék több tojást, a tehenek több tejet adtak, illetve az emberi felhasználás során is meglepő eredményeket tapasztaltak. A magazin 6. oldalán Norbi: "Megtaláltam a megoldást!" címmel megjelentetett reklámcikk az "egyedülálló a maga műfajában" jogellenes piacelsőbbiségi, továbbá "a korall hatására nem lépnek fel különböző hiánytünetek és a sav-bázis egyensúly is fenntartható" igazolatlan élettani közlést tartalmazott. A lap utolsó oldalán túlzó és nem igazolt állításokkal ajánlotta a terméket, mely hangulatkeltő, igazolatlan állítások erősítik a megtévesztésre alkalmas hatást ("a XXI. század étrend-kiegészítője, "Totális megoldás!") A rendszertelen kiadású Excalibur Magazinban, mely magas példányszámban, egyedileg terjesztett újság, írt tájékoztatás jellegét és célját tekintve reklámnak tekinthető. A Norbi.hu Kft. által fenntartott internetes oldalakon található közlés megtévesztésre alkalmas, ugyanis azon túl, hogy a rost szerepet játszik az étvágycsökkentésben, illetve a tovább egyes összetevők (L-kamuin, inulin) általában kifejthetnek valamely, a reklámban ismertetett élettani hatást, az nem került igazolásra, hogy konkrétan, az adott termék - összetevőit tekintve - is kifejti az ígért hatást. A megállapításnál figyelemmel volt az OÉTI álláspontjára. A Norbi Update portálon olvasható információ tartalmának minősítése megegyezik a sajtótermékekben megjelentetett és a fent ismertetett reklámriport minősítésével. A Budapesti Piac online oldalán közzétett NorbiFit ajánlása Norbi-féle sajtóreklámokkal kapcsolatban írtnak szerint minősül jogsértőnek.

A HáziPatika.com webáruház oldalain közölt reklámban közölt, az étvágycsökkentésben játszott szerep dr. Halmy László szerint sem került értékelésre. Az adott termék viszonyában nem igazolt továbbá az anyagok felszívódásában kifejtett hatás, a L-karnitin, illetve az inulin szerepe sem. Azon túl, hogy az állításokat a felperes nem igazolta, az OÉTI is a reklámban írtakkal ellentétes álláspontot foglalt el, így ezt a tájékoztatást is jogellenesnek tekintette. A 2005 novemberében megjelent óriásplakátokon közzétett reklám figyelemfelhívó reklámnak minősül, melyben szereplő állításnak valósnak kell lennie. Nem értékelte valósnak azt a kitélt, hogy már csak a NorbiFit hiányzott a fogyáshoz, mivel ilyen hatása nem igazolt.

A versenyhelyzetben lévő vállalkozással szemben fokozottan elvárható körülmény, hogy az általa közzétett információk, tényállítások valóságosak, tényszerűek legyenek, és a Tpv. 8. §-a alapján a vállalkozást objektív felelősség terheli. A Tpv. 83. § (1) bekezdése és a Pp. XX. fejezetének a közigazgatási perekre vonatkozó szabályai alapján a bíróság kizárólag a keresettel támadott határozat felülvizsgálatára jogosult, ezért a keresettel támadott alperesi határozat jogszerűségét és megalapozottságát érdemben nem érintette, hogy a felperes állítása szerint a perbeli cikkben szereplő közlést meghaladó más tényállítások kapcsán indított-e az alperes versenyfelügyeleti eljárást.

A bíróság egyetértett az alperesnek a termék gyógyító hatása kapcsán kifejtett jogi álláspontjával. Így az e körben közölt valótlán tény a fogyasztók megtévesztésére alkalmas tájékoztatásnak minősült, és a Tpvt. 8. § (2) bekezdése a) pontjának tilalmába ütközött, a felperes jogsértést követett el azzal, hogy a terméket alap nélkül tüntette fel fogyasztó hatásúnak. A Pp. 164. §-ának (1) bekezdése alapján a per eldöntéséhez szükséges tényeket általában annak a félnek kell bizonyítania, akinek érdekében áll, hogy azokat a bíróság valóban fogadja el. Ahhoz, hogy a felperes pernyertes legyen, azt kellett volna bizonyítania az alperes által a közigazgatási eljárásban bizonyított tényekkel szemben, hogy a Tpvt. 8. §-ában tiltott, a fogyasztókat megtévesztő magatartást nem követett el. Sem a versenyfelügyeleti eljárásban, sem a peres eljárásban nem tudta igazolni a felperes azt, hogy a cikkben közölt, az alperes részéről jogsértőnek minősített magatartás nem volt alkalmas a fogyasztók döntési szabadságának tisztességtelen módon való befolyásolására. Az alperes helyesen állapította meg, hogy a perbeli cikkel kapcsolatosan feltárt felperesi magatartás a fogyasztókat megtévesztően jogsértő volt. Mindezekre tekintettel az alperes a határozatában a Tpvt. 77. § (1) bekezdésének d) pontja alapján helytállóan állapította meg a felperes terhére a jogsértést.

A tényállás tisztázási és bizonyítás felvételi kötelezettség az alperest az eljárása során a Ket. 50. § (1) bekezdése alapján a jogilag releváns tények tekintetében terhelte. A jogilag releváns tények körét a jogvita eldöntésére irányadó jogszabályi rendelkezések határolják be. Az ügyben eljáró alperest annak megállapítása terhelte, hogy a felperes által forgalmazott NorbiFit étrend-kiegészítő lényeges tulajdonságaira vonatkozóan közölt állítások alkalmasak-e a fogyasztók megtévesztésére. Az alperes jelen esetben a Ket. 50. § (1) bekezdésében előírt tényállás tisztázási kötelezettségének eleget tett, a döntése alapjául szolgáló tényeket, körülményeket az ügy elbírálásához szükséges mértékben feltárta. Az alperes határozatából megállapíthatóan a rendelkezésre álló dokumentumokra, a felperes, a Norbi.hu Kft., az OÉTI nyilatkozataira és az általuk becsatolt iratokra, valamint azoknak a Ket. 50. § (6) bekezdése alapján történő mérlegelésére és értékelésére alapította döntését. A jogvita eldöntése szempontjából releváns tényállás a rendelkezésre álló iratokból, adatokból, bizonyítékokból megállapítható volt. Az alperes határozatában ennek megfelelően szerepel a döntésének indoka és az alkalmazott jogszabályi rendelkezésekre történő hivatkozás is. Az alperes határozata megfelel a Ket. 72. § (1) bekezdésének e) pontjában foglaltaknak, mert a határozata tartalmazza a tényállást, rögzíti az annak alapjául elfogadott bizonyítékokat, nevesíti azokat a jogszabályi rendelkezéseket is, amelyeken a döntése alapul és annak indokait is. Az alperes határozatának a Ket. 72. § (1) bekezdésének e) pontjában foglaltaknak megfelelő indokolásából megállapítható a döntés jogszerűsége. A tényállás tisztázási kötelezettség elmulasztásának hiányában a határozat hatályon kívül helyezésének nem volt helye.

A Tpvt. 78. § (1) bekezdése szerint az eljáró versenytanács bírságot szabhat ki azzal szemben, aki e törvény rendelkezéseit megsérti. A bírság összege legfeljebb a vállalkozás előző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet. A Tpvt. 78. § (2) bekezdése értelmében a bírság összegét az eset összes körülményeire - így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő felek piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a törvénybe ütköző magatartás ismételt tanúsítására - tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a fogyasztói érdekek sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

A Tpvt. 78. § (1) bekezdése alapján az alperesnek az érdemi határozathozatal során a jogsértés megállapítása mellett lehetősége van bírság kiszabására mint jogkövetkezmény alkalmazására. Az alperes olyan mérlegelési jogkörrel rendelkezik, amely lehetővé teszi

számára akár a bírság alkalmazását, akár annak mellőzését. Ez a jog azonban azzal a korlátozással gyakorolható, hogy az alperesnek indokát kell adnia a bírság alkalmazásának vagy mellőzésének, ezáltal biztosítva a bírósági felülvizsgálat esetén az érdemi elbírálást. Az egységes elbírálás követelménye és az arányosság elvének érvényesülése érdekében a Tptv. a bírság összegének megállapítását korlátozza azáltal, hogy meghatározza egyrészt a bírság összegének megállapításakor értékelendő szempontokat, másrészt a bírság legmagasabb mértékét. Ugyanakkor a konkrét ügy sajátosságaira tekintettel az eset összes körülménye körében további szempontokat is lehet értékelni.

A bírság kiszabásának indokoltságát és összegét az alperes mérlegelés alapján dönti el. A Pp. 339/B. §-a értelmében a mérlegelési jogkörben hozott közigazgatási határozat akkor tekintendő jogszerűnek, ha a közigazgatási szerv a tényállást kellő mértékben feltárta, az eljárási szabályokat betartotta, a mérlegelés szempontjai megállapíthatóak, és a határozat indokolásából a bizonyítékok mérlegelésének okszerűsége kitűnik. A bírságolásra vonatkozó kétszeres mérlegelési kötelezettség következtében a határozatból egyértelműen ki kell tűnnie, hogy mely okból döntött az alperes a bírság kiszabása mint jogkövetkezmény alkalmazása mellett, és annak mértékét milyen szempontok alapján határozta meg. Amennyiben a bírság kiszabását megalapozó jogsértés megtörtént, és az alperes a bírság kiszabásának indokoltságát megindokolta; és a bírság összegét a Tptv. 78. § (2) bekezdésében foglalt keretek között állapította meg, a mérlegelésnél irányadó valamennyi szempontot helyesen alkalmazta, és azokat megfelelően indokolta, akkor a bíróságok nincs jogszabályi lehetősége a mérlegelés szempontjainak felülmérlegelésére és a kiszabott bírság mellőzésére vagy mérséklésére. A versenyfelügyeleti eljárásban kiszabott bírság mellőzésére vagy összegének mérséklésére akkor kerülhet sor, ha a bíróság olyan új tényt vagy körülményt állapít meg, amely a bírság mellőzését vagy összegének módosítását indokolhatja, vagy a döntése nem felel meg a mérlegelési jogkörben hozott határozatokkal szemben a Pp. 339/B. §-ban meghatározott törvényi követelményeknek. Jogszabályi felhatalmazás hiányában a bíróságnak nincs lehetősége méltányosság gyakorlására sem. A perbeli esetben a felperes terhére kiszabott bírság összege nem érte el a Tptv. 78. § (I) bekezdésében meghatározott 10 %-os maximum mértéket, illetve ahhoz és a jogsértés súlyához képest nem tekinthető eltúlzott mértékűnek. Az étrend-kiegészítőket forgalmazó vállalkozások között meglévő verseny miatt a felperes által közölt azon megtévesztő állítás, mely szerint a termék fogyasztó hatásának minősül, nem tekinthető csekély súlyú jogsértő magatartásnak, a kialakult versenyhelyzetben ugyanis még inkább elvárható a valós állítások közlése. Az alperes ugyanakkor a bírság összegének meghatározásakor enyhítő körülményként értékelte a jogsértés rövid időtartamát. Az alperes határozatában ismertetett szempontok a bírság kiszabásának indokoltságát és összegének megállapítását megfelelően alátámasztották. Az alperes a jogsértés súlyával, az ügy összes körülményével arányban álló bírságot szabott ki a felperessel szemben. Ehhez mérten a felperes keresetében nem jelölt meg olyan új tényt vagy körülményt, mely alapján az alperesi mérlegelés jogszerűtlensége megállapítható lett volna, illetve amelynek figyelembevételét az alperes elmulasztotta volna, ezért nem volt helye a határozat részbeni megváltoztatásának és a kiszabott bírság mellőzésének vagy összege mérséklésének.

Mindezekre tekintettel az alperes eljárása során megalapozott és jogszerű döntést hozott, ezért a bíróság a felperes keresetét elutasította.

A bíróság a Pp. 78. § (1) bekezdése alapján kötelezte a pervesztes felperest az alperes perben felmerült, a bírósági eljárásban megállapítható ügyvédi költségekről szóló 32/2003.(VIII. 22.) IM rendelet 3. § (3) bekezdése szerint megállapított mértékű költségeinek megfizetésére.

A felperes a 6/1986.(VL26.) IM rendelet 13. § (2) bekezdése alapján köteles az illetékekről szóló 1990. évi XCIII. törvény 43. § (3) bekezdése szerint megállapított mértékű kereseti illeték megfizetésére.

Az ítélet elleni fellebbezés lehetőségét a Pp. 340. § (2) bekezdése biztosítja.

Budapest, 2007. évi október hó 3. napján