



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj-207/2007/48.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a **Reckitt Benckiser (Magyarország) Termelő és Kereskedelmi Kft.** eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztók tisztességtelen befolyásolása miatt indult eljárásban - nyilvános tárgyaláson - meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t

A Versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont vállalkozás jogsértést követett el azzal, hogy

- a) a Vanish folteltávolító esetében 2006. október 23-tól sugárzott reklámfilmjeiben azt a hamis látszatot keltette, hogy az minden színes ruhára alkalmazható; valamint
- b) a Vanish Oxi Action Chrystal White esetében 2007. októberétől sugárzott reklámfilmjében azt a hamis látszatot keltette, hogy az a kakaófoltot teljes egészében eltünteti.

A Versenytanács az előzőek szerinti magatartások további folytatását a határozat kézbesítését követően megtiltja.

Kötelezi a Versenytanács az eljárás alá vont vállalkozást, hogy a határozat kézbesítését követő harminc napon belül fizessen meg 15.000.000.- Ft (Tizenötmillió forint) versenyfelügyeleti bírságot a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557. számú bírságbevételei számlájára.

A Versenytanács kötelezi továbbá az eljárás alá vont vállalkozást 82.160.- (Nyolcvankettőezeregyszázhatvan forint) Ft szakértői eljárással összefüggésben felmerült költség megfizetésére, amelyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a

Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037571. eljárási díjbevételi számlájára köteles megfizetni.

A Versenytanács megállapítja továbbá, hogy az eljárás alá vont vállalkozás a Vanish White fehérítő és folteltávolító 2006. március 20-tól sugárzott reklámfilmjével nem követett el a fogyasztók tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást.

A határozat felülvizsgálatát az eljárás alá vont vállalkozás a kézbesítéstől számított harminc napon belül kérheti a Fővárosi Bírósághoz címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtandó keresettel.

I n d o k o l á s

I.

A vizsgálat iránya

- 1) A Gazdasági Versenyhivatal a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló, módosított 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 67. § (1) bekezdés és 70. § (1) bekezdés együttes alkalmazásával 2007. december 15-én versenyfelügyeleti eljárást indított annak vizsgálatára, hogy a Reckitt Benckiser (Magyarország) Termelő és Kereskedelmi Kft. (a továbbiakban: RB Kft.)
 - a Vanish folteltávolító (a továbbiakban: Vanish) 2006. október 23-tól;
 - a Vanish White fehérítő és folteltávolító (a továbbiakban: Vanish White) 2006. március 20-tól; valamint
 - A Vanish Oxi Action Chrystal White (a továbbiakban: Vanish Oxi) 2007. októberétőltörtént reklámozása során megsértette-e a Tpv. III fejezetének rendelkezéseit.

- 2) A vizsgálatot elrendelő végzésben [Tpv. 70. § (1) bekezdés] a vizsgáló konkrétan is rögzítette a valószínűsíthetően jogsértő reklámállításokat az alábbiak szerint.
 - a) A Vanish és a Vanish White esetében olyan állítások, amelyek azt sugallják, hogy a többi folttisztítótól eltérően
 - nem roncsolja a ruhákat, a tisztított anyagokat (pl. „Egyes tisztítószeresek károsíthatják a ruhákat.” „Kíméletes: nem tartalmaz klórt, ezért

hosszútávon sem roncsolja az anyagot.”...Felejtse el az elhasznált és besárgult anyagokat, válassza a kíméletes megoldást.”...”sokszori mosás után is csillogó fehérséget kölcsönöz ruháinak, míg a hipók és más klóros fehérítők sárguláshoz és az anyag károsodásához vezetnek.”)

- biztonságosabb és sokrétűbb használatot garantál a klór tartalmú fehérítőszerekkel szemben (pl. használhatja közvetlenül a ruhán is...””használható pamut, gyapjú, selyem és kényes ruhákon egyaránt””Mivel nem tartalmaz klórt , ezért biztonságosan használhatja textíliákon és színes ruhákon egyaránt..” „, közvetlenül a foltokon ...és a mosáshoz is használhatom”.. ..” a makacs foltokon is biztonsággal használhatja.”...,, ..sokkal több mint fehérítő!...”..” A klór alapú fehérítőszerekkel szemben biztonságosabb és sokrétűbb használat. Mert a klóros fehérítőtől sárgulhatnak a ruhák és roncsolódhatnak is” „. Többet nyújt a hipóknál vagy más klóros fehérítőknél..”)
- színes ruhákon is használható (pl. „színes ruhákon is biztonságosan használható.” ...”.. mivel nem tartalmaz klórt színes ruhákon is használható.” ...”Ragyogó színben akarja megőrizni színes ruháit is”...”megóvjja a színes ruháinak eredeti színét...”)
- hatékonyabb más folteltávolítóknál (pl. ..”sokféle foltot hatékonyan távolít el ...” Semmi sem fogható a Vanish fehérségéhez”.. „A Vanish vakító fehérséget biztosít.”..”.. folteltávolító és fehérítő speciális fehérítő összetételének köszönhetően hatékonyan távolítja el a foltokat és tökéletes fehérséget nyújt fehér ruháinak...”.. „Speciális fehérítő összetételének köszönhetően ruhái nem sárgulnak be, a Vanish Fehérítő hófehérré varázsolja azokat sokszori mosás után is...” ..”Az eredmény mindig tökéletes” ..”Vakító fehérség, foltok nélkül!” ..” Klóros fehérítőt használok, de elég sárgások, Mert a klóros fehérítőtől sárgulhatnak a ruhák, és roncsolódhatnak is.” ..”..hatékony a legtöbb folton..” „..Vanish sokkal több mint fehérítő!* *(felirat) A klór alapú fehérítőkkel szemben biztonságosabb és sokrétűbb.” , „ , ...biztonsággal használható, mert nem tartalmaz klórt..”)

- b) A Vanish Oxi esetében olyan állítások, amelyek azt sugallják, hogy a többi folttisztítóhoz képest hatékonyabb (pl. „olyan foltok is eltűnnek, amelyek a klóros fehérítőknek problémát jelenthetnek. *Csokoládéfolt,

Paradicsomszósz, Kakaófelt.” „Bízzon a Vanishben, felejtse el a foltokat!”
„Csak adjon egy kanállal a mosószeréhez és felejtse el a foltokat”.

- 3) A vizsgáló 2008. január 4-én kelt végzésével a közigazgatási hatósági eljárás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) – a Tpv. 44. § alapján a versenyfelügyeleti eljárásra alkalmazandó – 58. § (1) bekezdése alapján szakértőt rendelt ki arra, hogy a 2) pontban idézett konkrét reklámállítások a tudomány mai állása szerint alátámaszthatók-e. A kirendelt szakértő szakvéleménye 2008. április 15-én érkezett be a Gazdasági Versenyhivatalhoz.
- 4) A Gazdasági Versenyhivatal az ügyintézési határidőt a Tpv. 63. § (6) bekezdése alapján 60 nappal meghosszabbította.

II.

A reklámozott termékek

- 5) Az RB Kft. az 1991. év óta van jelen a magyar piacon. Meghatározó tevékenysége háztartási tisztítószeres (közte folttisztítók és fehérítők) gyártása és forgalmazása. Az RB Kft. folttisztító és fehérítő termékei közül a Vanish a 2003. évtől, a Vanish White a 2006. évtől, a Vanish Oxi pedig a 2007. évtől van forgalomban Magyarországon. Az RB Kft. a 2007. évben 40 milliárd forint nettó árbevételt ért el, részesedése a folttisztítók és fehérítők magyarországi forgalmából a Vanish termékek bevezetése óta folyamatosan növekszik, és megközelíti az 50 százalékot.
- 6) A folttisztító és fehérítő termékeknek két nagy csoportja különböztethető meg: a klór tartalmú és a klórt nem tartalmazó (peroxid alapú) termékek. A Vanish, a Vanish White és a Vanish Oxi az utóbbi csoportba tartozik.

III.

A televíziós reklámfilmek

A Vanish

- 7) Az RB Kft. a vizsgált időszakban Vanish terméket négy, kisebb-nagyobb mértékben egymástól eltérő reklámfilmekben népszerűsítette. A reklámfilmek mindegyikében két nő (a továbbiakban: Nő-1 és Nő-2) beszélget, melynek során az alábbiak hallhatók:

Vanish – 1. változat

Nő-1:- *Valóban hatékonyak azok a szerek, melyeket folttisztításra használ?*

Nő-2:- *Kézi mosogatószeret használok, de ez sajnos nem mindig a legjobb megoldás. A lányom pólójából is megpróbáltam egyszer kiszedni a foltot, de nem sikerült.*

Nő-1:- *Próbálta már fehérítővel?*

Nő-2:- *Dehogy, színes ruhákon?*

[A nő kezében egy „Klóros fehérítő” feliratú fehér flakon látható.]

Nő-1:- *Próbáljuk ki a Vanisht! Közvetlenül a ruhára is öntheti. Használja minden mosáskor. Egyes tisztítószeres károsíthatják a ruhákat. A Vanish sokféle foltot hatékonyan távolít el, és színes ruhákon is biztonságosan használható!*

Nő-2:- *Mostantól csak Vanisht használok!*

Nő-1:- *Vanish. Sokkal több mint fehérítő.*

[Miközben a képernyőn „Vanish. Sokkal több mint fehérítő.*” – „*A klór alapú fehérítőkkel szemben biztonságosabb és sokrétűbb használat.” olvasható.]

Vanish – 2. változat

Nő-1:- *Valóban hatékonyak azok a szerek, melyeket folttisztításra használ?*

Nő-2:- *Kézi mosogatószeret használok, de ez sajnos nem mindig a legjobb megoldás. A lányom pólójából is megpróbáltam egyszer kiszedni a foltot, de nem sikerült.*

Nő-1:- Próbálta már klóros fehérítővel?

[A nő kezében egy „Klóros fehérítő” feliratú fehér flakon látható.]

Nő-2:- Dehogy, színes ruhákon?

Nő-1:- Próbáljuk ki a Vanisht! Közvetlenül a ruhára és a mosógépbe is öntheti. A Vanish sokféle foltot hatékonyan távolít el, és színeseken is biztonságosan használható! Míg a klóros fehérítők károsíthatják a ruhákat.

Nő-2:- A színesekre mostantól csak Vanisht használok!

Nő-1:- Vanish. Sokkal több mint fehérítő.

[Miközben a „Vanish. Sokkal több mint fehérítő.*” – „*A klór alapú fehérítőkkel szemben biztonságosabb és sokrétűbb használat.” olvasható]

Vanish – 3. változat

Nő-1:- Valóban hatékonyak azok a szerek, melyeket folttisztításra használ?

Nő-2:- Szappant használok, ahogy édesanyám is mindig szappant használt. Sajnos nem mindig működik. Például itt a kedvenc ruhám: hiába próbálkoztam a folt megmaradt.

Nő-1:- Próbálta már fehérítővel?

Nő-2:- Ne, nem szabad színes ruhákon!

[A nő kezében egy „Klóros fehérítő” feliratú fehér flakon látható.]

Nő-1:- Próbáljuk ki a Vanisht! Közvetlenül a ruhára is öntheti. Használja minden mosáskor. Egyes tisztítószerek károsíthatják a ruhákat. A Vanish sokféle foltot hatékonyan távolít el, és színes ruhákon is biztonságosan használható!

Nő-2:- Mostantól csak Vanisht használok!

Nő-1:- Vanish. Sokkal több mint fehérítő.

[Miközben a „Vanish. Sokkal több mint fehérítő.* – *A klór alapú fehérítőkkel szemben biztonságosabb és sokrétűbb használat.” olvasható]

Vanish – 4. változat

Nő-1:- *Valóban hatékonyak azok a szerek, melyeket folttisztításra használ?*

Nő-2:- *Szappant használok, ahogy édesanyám is mindig szappant használt. Sajnos nem mindig működik. Például itt a kedvenc ruhám: hiába próbálkoztam a folt megmaradt.*

Nő-1:- *Próbálta már klóros fehérítővel?*

[A nő kezében egy „Klóros fehérítő” feliratú fehér flakon látható.]

Nő-2:- *Ne, nem szabad színes ruhákon!*

Nő-1:- *Próbáljuk ki a Vanisht! Közvetlenül a ruhára és a mosógépbe is öntheti.*

Nő-1: *A Vanish sokféle foltot hatékonyan távolít el, és színeseken is biztonságosan használható! Míg a klóros fehérítők károsíthatják a ruhákat.*

Nő-2: - *A színesekre mostantól csak Vanisht használok!*

Nő-1:- *Vanish. Sokkal több mint fehérítő.*

[Miközben a „Vanish. Sokkal több mint fehérítő.*” – „*A klór alapú fehérítőkkel szemben biztonságosabb és sokrétűbb használat.” olvasható]

A Vanish White

- 8) Az RB Kft. a vizsgált időszakban a Vanish White termékét két kisebb mértékben egymástól eltérő reklámfilmben népszerűsítette. Mindkét reklámfilmben három nő (a továbbiakban: Nő-1, Nő-2 és Nő-3) beszélget, melynek során az alábbiak hangzanak el.

A Vanish White – 1. változat

"Nő-1: - *Új Vanish White a fehér ruhákhoz! Elégedett a fehér ruháival?*

Nő-2: - *Klóros fehérítőt használok, de elég sárgásak.*

Nő-1: - *Mert a klóros fehérítőtől sárgulhatnak a ruhák és roncsolódhatnak is.*

[Miközben két Vanish White pólós nő egymás mellett állva a kezükben fehér ruha stócot tart és az egyikük kezében egy fehér színű „Klóros fehérítő” feliratú flakon van, és a „Többszöri mosás után” felirat olvasható a képernyő alján. Majd az egyik egy fehér színű ruhát könnyedén széthasít és a hasítékon át látszik a Vanish White felirat.] *Ellenőrizze a címkét!* [Miközben a ruhákba bevarrt különböző kezelési utasítás piktogramok jelennek meg.] *Lehet, hogy Ön klóros fehérítőt használna, de a ruhái azt mondják, ne!* [Miközben a „Klóros fehérítő nem használható!”, és az üres háromszög kétszer áthúzva piktogram látható.] *Itt az új Vanish White a vakító fehérségért. A makacs foltokon is biztonsággal használhatja és felfrissíti a ruhák fehérségét.* [Miközben egy fehérszínű foltos ruhára öntik a Vanish-t, és a „többszöri mosás után” felirat olvasható a képernyő alján.]

Nő-2: - Ohh!

Nő-1: - A Vanish White fehérsége minden képzeletet felülmúl. [Miközben megjelenik a hófehér Vanish 1-4 fokozatú fehérségi teszt, és a „Többszöri mosás után” felirat.] *Ügyeljen a jelzésre! A fehér ruhák a Vanish White-ot választanák!*

[Miközben egy nő egy táblát tart a kezében, amelyen a „Klóros fehérítő nem használható!” felirat olvasható.]

Nő-3: - Vanish. Sokkal több mint fehérítő

A Vanish White – 2. változat

"Nő-1: - Új Vanish White a fehér ruhákhoz! Elégedett a fehér ruháival?"

Nő-2: - Klóros fehérítőt használlok, de elég sárgásak.

Nő-1: - Mert a klóros fehérítőtől sárgulhatnak a ruhák és roncsolódhatnak is.

[Miközben két Vanish White pólós nő egymás mellett állva a kezükben fehér ruha stócot tart és az egyikük kezében egy fehér színű „Klóros fehérítő” feliratú flakon van, és a „Többszöri mosás után” felirat olvasható a képernyő alján. Majd az egyik egy fehér színű ruhát könnyedén széthasít és a hasítékon át látszik a Vanish White felirat.] *Ellenőrizze a címkét!* [Miközben a ruhákba bevarrt különböző kezelési utasítás piktogramok jelennek meg.] *Lehet, hogy Ön klóros fehérítőt*

használna, de a ruhái azt mondják, ne! [Miközben a „Klóros fehérítő nem használható!”, és az üres háromszög kétszer áthúzva piktogram látható.] *Itt az új Vanish White a vakító fehérségért. A makacs foltokon is biztonsággal használhatja és felfrissíti a ruhák fehérségét.* [Miközben egy fehérszínű foltos ruhára öntik a Vanish-t, és a „többszöri mosás után” felirat olvasható a képernyő alján.]

Nő-2: - Ohh!

Nő-1: - A Vanish White fehérsége fantasztikus! [Miközben megjelenik a hófehér Vanish 1-4 fokozatú fehérségi teszt, és a „Többszöri mosás után” felirat.] *Ügyeljen a jelzésre! A fehér ruhák a Vanish White-ot választanák!* [Miközben egy nő egy táblát tart a kezében, amelyen a „Klóros fehérítő nem használható!” felirat olvasható.]

Nő-3: - Vanish. Sokkal több mint fehérítő

[Miközben a „Sokkal több mint fehérítő*” – „*A klór alapú fehérítőszerekkel szemben biztonságosabb és sokrétűbb használat.” szöveg olvasható a képernyő alján.]

A Vanish Oxi

- 9) Az RB Kft. a Vanish White termékét 2007. októberétől az alábbi reklámfilmekben népszerűsítette, melyben három szőke nő (a továbbiakban: Nő-1, Nő-2 és Nő-3) beszélgetése során az alábbiak hangzanak el.

Nő-1: - Jöjjön, tesztelje ruhája fehérségét!

Nő-2: - Óóó, régebben fehérnek tűnt, de most elég szürkés. Mi erre a megoldás?

Nő-1: - Az új Vanish Oxi Crystal White, hogy visszanyerje ruhái fehérségét! És most próbáljuk ki a foltokon a Vanish Oxi erejét a klóros fehérítőkkal szemben! [Miközben a Klóros fehérítő és a Vanish Oxi Criytal White feliratú kádba belemártanak egy-egy azonosnak látszó foltos pólót és közben a csokoládéfolt, paradicsomszós és kakaófolt felirat olvasható a képernyőn.] *Ezt nézze meg! Az Oxi-val olyan foltok is eltűnnek, amelyek a klóros fehérítőknak problémát jelenthetnek.* [Miközben kiemelik az oldatokba merített pólókat, amelyek közül a klóros fehérítés kádból kiemelt foltok elhalványultak, míg a Vanish termékkel kezelt póló folt nélküli lett.]

Nő-2: - Óóó ... Nagyszerű!

Nő-3: - Hihetetlen.

Nő-2: - Imádom ezt a fehérséget!

Nő-1: - Csak adjon egy kanállal a mosószeréhez! Bízzon a Vanish-ben, felejtse el a foltokat!

IV.

A termékek csomagolásán lévő tájékoztatás

- 10) A Vanish címkéje a „Használható színes pamut, selyem és kényes ruhán egyaránt.” mondatot követően az alábbi figyelmeztetéseket tartalmazza:
- „előfordulhat, hogy a szövet nem színtartó, ezért végezzen próbatisztítást egy kevésbé látható helyen”,
 - „ne használja a terméket a ruha fém részein (pl. gombok, zippzár)”,
 - „ne használja olyan textíliákon, amik vegytisztítást igényelnek”,
 - „mindig kövesse a ruhán vagy szöveten található használati útmutatót”.
- 11) A Vanish White a címkéje szerint: „Használható színes, pamut, gyapjú, selyem és kényes ruhákon egyaránt. Előfordulhat, hogy a szövet nem színtartó, ezért végezzen próbatisztítást egy kevésbé látható helyen. Ne használja a terméket a ruha fém részein (pl. gombok, zippzár). Ne használja olyan textíliákon, amik vegytisztítást igényelnek.”
- 12) A Vanish Oxi címke többek között az alábbi tájékoztatást tartalmazza: „Az Új Vanish Oxi Crystal White multifunkciós folteltávolító port speciálisan fehér ruhákhoz fejlesztették ki, hogy fehér ruhái mosásról mosásra fehérek maradjanak. Az Oxi Action ereje a makacs foltokat távolítja el, míg a Mira Crystal és hatékony fehéritő részecske tartalmának köszönhetően fehér ruháit fehériti. A Vanish Oxi Crystal White nem tartalmaz klórt. Sokoldalúan használhatja fehér ruhához főmosásnál a mosóporához adagolva, előkezelő oldatként, krémként a beszáradt foltokhoz és a leghatékonyabb eredmény elérése érdekében a szintelen, sárgás ruhák fehéritéséhez”

V.

A szakértő releváns megállapításai

- 13) A textiltermékeket gyártók a felhasznált textilanyag nyersanyag-összetétele, kikészítési alaptermésológiája, egyéb műszaki jellemzői és nem utolsósorban a rendeltetési cél ismeretében rögzített alap-kritériumok kielégítése alapján határozzák meg az optimális kezelési körülményeket. Ebbe beletartozik a mosással egyidejű-, vagy mosást követő fehéríthetőség kérdése is. Az előzőeken alapuló, a textiltermékhez csatolt, illetve ráerősített használati-kezelési útmutató (jelképsor, szöveges kiegészítés) az elsődleges információ a megfelelő mosó-, fehérítőszer kiválasztásakor. A fehérítőszer esetében ez alapján eleve eldöntheti a fogyasztó, hogy:
- a) bármilyen (klóros és klórmentes egyaránt, korlátozás nélkül) fehérítőszerrel biztonságosan használható;
 - b) csak a klórmenteseket alkalmazhatja;
 - c) egyáltalán nem fehéríthet, tehát a klóros és klórmentes fehérítők egyaránt tiltottak.
- 14) A peroxid-alapú klórmentes fehérítőszerrel elvileg minden sima-fehér textilre és a színes termékek nagyobb részén használható, mert az oxidatív hatás kevésbé erőteljes a színezék színességét biztosító vegyület részeire. A klórtartalmú fehérítőszerrel színes textiltermékeken történő korlátlan alkalmazása ugyanakkor nem engedhető meg, mert a színezékek adott része a klóros oxidációra színváltozással vagy teljes színezék-elroncsolódással reagál.
- 15) A Vanish és a Vanish White flakonján található címke aránylag korrekt tájékoztatást ad a szerrel káros hatásainak elkerüléséhez, ennek birtokában a fogyasztó megalapozottabb döntést hozhat a termék kiválasztása során.
- 16) A megengedett káros fehérítőszerrel a betartott kezelési körülmények között számottevően nem károsítja a textíliákat. A klórmentes fehérítőszerrel ugyan még kíméletesebbek az előírt alkalmazás mellett, azonban nem lehet kategórikusan kijelenteni, hogy a klórtartalmú fehérítők hosszútávon drasztikusan roncsolják a textilanyagokat, a klórmentesek pedig teljesen kizárják a károsodást.

VI.

Az RB Kft. álláspontja

17) Az RB Kft. a Versenytanács előzetes álláspontjának [Tpvt. 73. § (1) bekezdés] ismeretében írásban, illetve a Versenytanács által tartott tárgyaláson [Tpvt. 74. § (1) bekezdés] kérte, hogy a Versenytanács a versenyfelügyeleti eljárást végzéssel szüntesse meg, tekintettel arra, hogy a vizsgálat elrendelésére okot adó körülmények az alábbi 18-20) pontokban összefoglalt indoklása szerint nem állnak fenn, és mivel a vizsgálat során beszerzett bizonyítékok alapján sem állapítható meg törvénytértés.

Vanish

18) Az RB Kft. hivatkozott arra, hogy a Vanish termékkel kapcsolatos azon reklámállítással, hogy az alkalmazható a színes ruhákon nem tévesztette meg a fogyasztókat, mert:

- a) a reklámállítás általánosan értelmezendő és nem úgy hangzik el, hogy a Vanish minden színes ruhán biztonsággal használható;
- b) azon anyagok köre, amelyeken a Vanish felteltávolítót nem lehet biztonsággal használni, nagyon korlátozott;
- c) a termék csomagolásán világos használati útmutatás található; valamint
- d) az anyagokba varrt címke kifejezetten jelzi, amennyiben a peroxidos fehérítők – így a Vanish – nem használhatók.

19) Az RB Kft. álláspontja szerint az előzőekre tekintettel egyetlen módon tehető világosabbá a reklámállítás, mégpedig egy olyan kiegészítéssel, mint a "használat előtt mindig olvassa el a termékcímkét", ezért úgy nyilatkozott, hogy amennyiben a Versenytanács úgy véli, hogy ezáltal megszűnik a fogyasztók megtévesztésének a lehetősége, kész ilyen irányú kötelezettségvállalást tenni.

Vanish Oxy

20) Az RB Kft. a Vanish Oxy termékkel kapcsolatosan üzleti titoknak minősülő szakvéleményt (14/3. számú irat) nyújtott be, mely szerint a Vanish Oxy jobban

távolítja el a csokoládé-, a paradicsomszós- és a kakaófoltokat, mint a klóros fehérítők. A szakvélemény szerint ugyanakkor csak a csokoládé- és a paradicsomszós foltok esetében biztosít a Vanish Oxy gyakorlatilag teljes mértékű folteltávolítást, a kakaófolt esetében minősítése lényegesen közelebb esik az „alig látszik, majdnem láthatatlan foltudvar” minősítéshez.

VII.

A Versenytanács jogi értékelése

Jogi háttér

- 21) A Tpv. 8. §. (1) bekezdése értelmében tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. A (2) bekezdés a) pontja szerint 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 árujelzővel látják el, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak. A Tpv. 9. § szerint a használt kifejezéseknek a mindennapi életben, illetőleg a szakmában elfogadott általános jelentése az irányadó annak megállapításánál, hogy a tájékoztatás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas-e.
- 22) A Versenytanács korábbi határozataiban (pl. Vj-79/2002.) is kifejtett álláspontja szerint a fogyasztók megtévesztése akkor történik a gazdasági versenyben (s így csak akkor sérti a Tpv. 8. §-ának rendelkezéseit), ha a bármilyen módon megtévesztésre alkalmas információ az ésszerűen eljáró fogyasztókat olyan döntésre sarkalja, amit a valós információ ismeretében nem hoztak volna.

Általános szempontok

- 23) A Tpv. III. fejezetének (és ezen belül 8. §-ának) célja a fogyasztók döntési szabadságának mint védett jogi tárgynak az áruk, illetve szolgáltatások közötti választással összefüggésben történő védelmezése, tilalmazva, hogy a fogyasztói döntés tisztességtelen befolyásolása révén a gazdasági verseny sérelmet szenvedjen. A

Tpvt. III. fejezete a gazdasági versenyt oly módon óvja, hogy nem engedi tisztességtelenül befolyásolni a fogyasztói döntés mechanizmusát. A tisztességtelen befolyásolás kihat vagy kihathat a fogyasztók versenytársak, illetve az egymást helyettesítő termékek közötti választásnak a folyamatára, s ezáltal a verseny alakulására.

- 24) A reklám a vállalkozások fogyasztók megnyeréséért folytatott versenyének egyik leghatásosabb eszköze. Segítségével a fogyasztók az általuk korábban még nem vagy nem kellően ismert vállalkozásokról és termékekről, ezek jellemzőiről szerezhetnek tudomást, a fogyasztói preferenciarendszer módosítására, illetve a helyettesítő termék között váltásra ösztönözhetők. A fogyasztók reklám hatására történő megnyerése ugyanakkor azt is jelenti, hogy ez általában más vállalkozások terhére történik. Mindez nem idegen a gazdasági versenytől, sőt kifejezetten előnyös, azonban ha a reklám nem felel meg a jogszabályi előírásokban tükröződő elvárásoknak, illetve az üzleti tisztesség követelményeinek, a fogyasztókat számukra hátrányos döntés meghozatalára készítheti. A fogyasztót tisztességtelenül befolyásoló reklámtevékenység a piaci működés zavaraihoz vezet és valós érdemeihez képest aránytalan előnyhöz juttathatja az azt folytató vállalkozást.
- 25) A Versenytanács álláspontja szerint a reklámok esetében elsősorban nem az abban foglalt (környezetéből kiragadott) egyes konkrét állítások, hanem a reklám egészének értékelése alapján dönthető el, hogy az adott reklám alkalmas-e a fogyasztók megtévesztésére.
- 26) Az előzőekre is tekintettel a Versenytanács a vizsgált reklámok esetében nem a vizsgálatot elrendelő végzésben szereplő egyes konkrét reklámállításokat (lásd 2. pont), hanem az eljárás tárgyát képező reklámfilmek összhatását (a fogyasztót befolyásolni képes üzeneteket) értékelte. A Versenytanács álláspontja szerint különösen nem értékelhetők egyenként az egyes reklámfilmekben elhangzó túlzó, de nyilvánvalóan nem szó szerint értendő és a reklámozott áru valamely lényeges tulajdonságára érdemi állítást a fogyasztó felé nem közvetítő kijelentések (pl. felejtse el a foltokat, vakító fehérség foltok nélkül). Az ilyen – a reklámokat általánosan jellemző – kijelentések ugyan felerősíthetik a reklám hatását, de önmagukban nem minősíthetők a fogyasztók tisztességtelen befolyásolásának. Megjegyzi a Versenytanács, hogy a vizsgálatot elrendelő végzésben feltüntetett konkrét

reklámállítások (lásd 2. pont) egy része a vizsgálat tárgyát képező reklámokban nem szerepel, így ezeket értelemszerűen figyelmen kívül hagyta a Versenytanács.

A Vanish és a Vanish White

- 27) A Vanish és a Vanish White esetében a reklámfilmek a fogyasztók döntését befolyásolni képes üzenete az, hogy azok:
- a) a klóros fehérítőkkal szemben nem károsítják (roncsolják) a ruhát;
 - b) biztonságosabbak és sokrétűbbek, mint a klóros fehérítők; továbbá
 - c) színes ruhákon is alkalmazhatók (kizárólag a Vanish reklámfilmek esetében).
- 28) A 27.a) pont alatti üzenettel kapcsolatosan a szakértő megállapította, hogy a klórmentes fehérítők kíméletesebbek a ruhákhoz, mint a klór alapú termékek, azonban a károsodást a klórmentes termékek sem zárják ki teljes mértékben. A Versenytanács álláspontja szerint azonban a reklám üzenete nem értelmezhető ilyen végletesen, hiszen az ésszerű fogyasztónak tisztában kell lennie azzal, hogy bizonyos mértékű károsodást okoz a beavatkozás. Ezért a reklámfilmek csupán azt az üzenetet rejtik magukban, hogy a klórmentes fehérítők kismértékben és a klóros termékeknél kevésbé károsítják a ruhát, ami viszont nem tekinthető valótlannak.
- 29) A 27.b) pont alatti üzenettel összefüggésben a szakértő megállapította, hogy a Vanish termékek sem alkalmazhatók minden esetben, azonban a 13.a-c) pontokban foglalt szakértői megállapításból az is következik, hogy
- egyrészt vannak olyan ruhák, amelyeken csak a klórmentes fehérítők alkalmazhatók;
 - másrészt nincsenek olyan ruhák, amelyeken a klóros fehérítők alkalmazhatók, de a klórmentesek (köztük a Vanish termékek) nem.
- 30) Az előzőekből következőleg a Vanish és a Vanish White termékek sokrétűbbek és ebből is fakadóan a biztonságosabb alkalmazhatóságukra vonatkozó üzenet nem tekinthető valótlannak. Ezért a Versenytanács álláspontja szerint a Vanish White reklámfilm – mely csak a 27. a) és b) pont szerinti üzeneteket közvetíti – nem ütközik a Tpvt. 8. §-ába, amit a Tpvt. 77. § (1) bekezdés i) pontja alapján a rendelkező rész szerint megállapított.

- 31) A 27.c) pont alatti üzenettel kapcsolatosan a szakértő megállapította, hogy a klórmentes fehérítők (így a Vanish is) a színes ruhák többségén ugyan alkalmazhatók, azonban nem minden színes ruhán. A reklám üzenete tehát nem valós. A Versenytanács álláspontja szerint ugyanis – szemben az RB Kft. álláspontjával (lásd 18. a) pont) – annak ellenére, hogy a reklámfilmekben a színes ruhákra vonatkozóan nem hangzik el a „minden” kifejezés, a Tpv. 9. § alapján a reklámállítás nem értelmezhető másként, minthogy az minden színes ruhára vonatkozik.
- 32) Az RB Kft. 18. c) pont alatti hivatkozásával összefüggésben a Versenytanács abból indult ki, hogy a Vanish termékek címkéje (amit a fogyasztó a vásárlást megelőzően értelemszerűen megtekinthet) a szakértő véleménye szerint is olyan tájékoztatást tartalmaz, amelyből a fogyasztó megismerheti a színes ruhákon való alkalmazás korlátait, s így már ennek ismeretében dönthet arról, hogy a terméket megvásárolja-e vagy sem. A Versenytanács és a határozatait felülvizsgáló bíróságok egységes gyakorlata (pl. Vj–207/2005. számú határozat felülvizsgálata során hozott 2.Kf.27.124/2007/6. számú ítélet) szerint azonban a megtévesztésre alkalmas (valótlan vagy nem elégséges információt adó) reklámot nem teszi automatikusan jogszerűvé az, ha a fogyasztó a vásárlás helyszínén hozzájut(hat) a valós (teljes körű) információhoz. A megtévesztésre alkalmas reklám által felkeltett fogyasztói igényt ugyanis nem feltétlenül oltja ki a vásárlásban való végső döntést megelőzően kapott valós tájékoztatás. Az, hogy az előzőek szerinti két hatás (az igényt felkeltő megtévesztő tájékoztatás és a vásárlást megelőzően megkapható valós információ) eredőjeként a fogyasztó olyan döntést hoz-e, amelyet a reklám ismeretének hiányában nem hozott volna (vagyis megvásárolja az adott árut), nem független attól, hogy a fogyasztó milyen mértékben vélelmezhetette azt, hogy a reklám a döntését befolyásoló minden információt tartalmaz. Ez nem független az alkalmazott reklámeszköz információ áteresztő képességétől: minél nagyobb az áteresztő képesség, annál inkább feltételezheti a fogyasztó, hogy a reklám minden lényeges körülményről tájékoztatást ad, így nagyobb az esély arra, hogy már a reklám alapján elköteleződik a vásárlás iránt.
- 33) A reklámok információ áteresztőképessége korlátozott. A Vanish reklámfilmek azonban minden további nélkül lehetővé tették volna, hogy azokban elhangozzék valamilyen megszorító jelző a színes ruhákon való felhasználhatóság tekintetében (pl. a színes ruhák többségén, általában a színes ruhákon). Ezért a Versenytanács

álláspontja szerint a megtévesztő hatást legfeljebb enyhítheti, de nem szünteti meg az a körülmény, hogy az ésszerű fogyasztóról feltételezhető, hogy elolvassa a csomagoláson lévő útmutatást (lásd 18.c) pont), illetve ismeri a ruhákhoz kapcsolódó tájékoztatásokat (lásd 18. c) pont), ami gyanút ébreszthet benne a színes ruhákon való korlátlan használhatóságot illetően.

- 34) Mindezek alapján a Versenytanács álláspontja szerint az RB Kft. azzal, hogy a Vanish 1-4. reklámfilmjeiben azt a hamis látszatot keltette, hogy a Vanish korlátozásmentesen használható a színes ruhákon, ezen belül is különösen
- a Vanish-1. és a Vanish-3. reklámfilmekben szereplő „színes ruhákon is biztonságosan használható!”; valamint
 - a Vanish-2. és Vanish-4. reklámfilmekben szereplő „színeseken is biztonságosan használható”
- állításokkal megsértette a Tpvt. 8. § (2) bekezdés a) pontját.

Vanish Oxi

- 35) A Vanish Oxi reklámfilm 26) pont szerinti általános üzeneteként, annak jó minőségére (melynek valóságtartalmát a szakértő nem kérdőjelezte meg) való felhíváson túlmenően mást a Versenytanács nem tudott azonosítani. Konkrét reklámüzenetként jelenik meg ugyanakkor az, hogy a csokoládé-, a paradicsomszósz- és a kakaófoltot a Vanish Oxi el tudja távolítani a ruháról:
- „Az Oxival olyan foltok is eltűnnek, amelyek a klóros fehérítőknek problémát jelenthetnek” szöveg elhangzásával egyidejűleg;
 - „csokoládéfolt, paradicsomszósz, kakaófolt” felirat olvasható a képernyőn.
- 36) Az előzőek szerinti reklámállítás valóságtartalmát a Versenytanács abban az értelemben nem látta megkérdőjelezhetőnek, hogy a Vanish Oxy hatékonyabb a foltok eltávolításában, mint a klóros fehérítők. A reklámban szereplő „foltok is eltűnnek” állítást azonban a kakaófolt esetében az RB Kft. által becsatolt szakvélemény sem támasztja alá (lásd 20. pont).
- 37) Ezért a Versenytanács álláspontja szerint a kakaófolt képernyőn történő megjelenítése alkalmas a fogyasztók megtévesztésére, és így beleütközik a Tpvt. 8. § (2) bekezdés a) pontjába.

VIII.

Jogkövetkezmények

- 38) A Versenytanács a 34) és a 37) pontok szerinti jogsértő magatartásoknak a Tpv. 77. § (1) bekezdés d) pontja alapján történő megállapításán túlmenően a Tpv. 77. § (1) bekezdés f) pontja alapján azok további folytatását megtiltotta.
- 39) A 34) pont szerinti magatartástól való eltiltással összefüggésben a Versenytanács megjegyzi, hogy annak az RB Kft. megfelelhet azzal, ha a Vanish reklámfilmben a színes ruhákra vonatkozó állítását kiegészíti valamilyen a használhatóság korlátozottságára utaló kifejezéssel. Az RB Kft. által kötelezettségvállalásként [Tpv. 75. § (1) bekezdés] felajánlott megoldás („használat előtt mindig olvassa el a termékcímkét”) a Versenytanács álláspontja szerint önmagában csak enyhíthetné a fogyasztó megtévesztő hatást, de azt teljesen nem szüntethetné meg.
- 40) A 37) pont szerinti jogsértés esetében a kakaófolt képernyőn való megjelenítésének elhagyásával a tervezett eltiltásnak eleget tehet az RB Kft.

Bírság

- 41) A Tpv. 78. § (1) bekezdése alapján a Versenytanács bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpv. rendelkezéseit megsérti. A Tpv. 78. § (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 felek piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartásra, 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.”
- 42) A Tpv. 78. § (3) bekezdése szerinti mérlegelési szempontok körében a Vanish esetében a Versenytanács az alábbiakra volt tekintettel.
- a) A jogsérelem súlya tekintetében azt érezhetően csökkentő körülményként vette figyelembe a Versenytanács az RB Kft. által a jogsértés hiányával

kapcsolatosan a 18. b-d) pontokban hivatkozott körülményeket (a Vanish színes ruhák többségén biztonságosan alkalmazható, a vásárlásban való döntést megelőzően a fogyasztó információt kaphat a termék csomagolásán levő útmutatóból a felhasználhatóság korlátairól és erről az anyagokra varrt címkeről is tudomása lehet), továbbá azt, hogy a fogyasztó esetleges téves döntését az első vásárlást követően korrigálni tudja. A jogsérelem súlyát erősíti ugyanakkor, hogy a televíziós reklámozással a fogyasztók széles köre volt elérhető.

- b) A jogsértő állapot 2006. október 23-val kezdődött, így időtartama jelentős volt.
- c) Az RB Kft. piaci helyzete stabil: piaci részesedése magas és növekvő irányzatú.
- d) Az RB Kft. az elmúlt öt évben volt már marasztalva a Tpvt. III. fejezetének rendelkezéseibe ütköző magatartás miatt.

43) A Versenytanács szükségesnek tartja egyértelműsíteni, hogy a Tpvt. 78. § (3) bekezdés szerinti mérlegelési szempontok általában és az adott esetben sem számszerűsíthetők egyértelműen. Ez alól elvileg kivételt képezhet „a jogsértéssel elért előny”, ami azonban a Tpvt. III. fejezetébe ütköző magatartások esetében általában még megközelítő pontossággal sem határozható meg.

44) Az előzőekre is tekintettel a Versenytanács álláspontja szerint – amennyiben az lehetséges – indokolt egy olyan számszerű kiindulópontot találni, amely a bírság nagyságrendjét behatárolja, és amelyhez képest a Tpvt. 78. § (3) bekezdése szerinti – az adott esetre a 42) pontban konkretizált – mérlegelési szempontok értékelhetőek. Az adott esetben a Versenytanács ilyen kiindulópontnak tekintette az RB Kft-nek a jogsértő tájékoztatással kapcsolatos kiadásait (a reklámköltséget). A Versenytanács álláspontja szerint ugyanis a reklámköltség

- egyrészt jellemzi a jogsérelem súlyát és a jogsértő állapot időtartamát (minél szélesebb körű és minél hosszabb ideig tart a reklámozás, annál nagyobb a reklámköltség);
- másrészt közvetett kapcsolatban állhat a jogsértéssel elért előnnyel, mert az ésszerűen eljáró vállalkozás általában legalább olyan nyereségnövekedést vár el a reklámtól, amely ellensúlyozza a reklámköltséget.

- 45) A Versenytanács a Vanish esetében a bírság összegének előzőek szerinti kiindulópontjának a jogsértőnek minősített televíziós reklámok költségét tekintette, amit az RB Kft. üzleti titokként kért kezelni (a Vanish reklámfilmek költségét a 40/8/3. sorszámú irat 7-10. sorai tartalmazzák). Az így adódó összeghez képest a Versenytanács lényegesen alacsonyabb bírság kiszabását látta indokoltnak, mindenekelőtt a 42.a) pontban foglaltakra tekintettel. Másoldalról viszont a bírságot növelő körülményként vette figyelembe a Versenytanács azt, hogy az RB Kft. volt már marasztalva a Tpvt. III. fejezetébe ütköző magatartás miatt.
- 46) A Vanish Oxy termék esetében a jogsérelem súlyát jelentősen enyhítő körülménynek minősítette a Versenytanács azt is, hogy a reklámfilm kizárólag a kakaófoltra nézve tartalmaz nem igazolt állítást, és azt is oly módon, hogy a felteltávolító hatás a kakaó esetében is igen jónak minősíthető. Ezt, valamint a jogsértésnek a Vanish reklámfilmeknél rövidebb (2007. októberétől kezdődő) időtartamát figyelembe véve a Versenytanács a Vanish Oxy jogsértő reklámozása miatt további bírság kiszabását nem tartotta szükségesnek.
- 47) A bírságot a határozat kézhezvételétől számított harminc napon belül kell megfizetni akkor is, ha a határozattal szemben keresetet terjesztenek elő. A közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) 110.§-a (1) bekezdésének a) pontja szerint a keresetlevél benyújtásának a döntés végrehajtására nincs halasztó hatálya, az ügyfél azonban a keresetlevélben a döntés végrehajtásának felfüggesztését kérheti. A végrehajtást a kérelem elbírálásáig a Versenytanács nem foganatosíthatja. A Ket. 138. §-ának (1) bekezdése szerint a pénzfizetési kötelezettségének határidőre eleget nem tevő késedelmi pótlékot köteles fizetni. A (3) bekezdés szerint a késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része. Ennek ellentételezéseként a Tpvt. 83.§-ának (5) bekezdése úgy rendelkezik, hogy ha az eljáró versenytanács határozata jogszabályt sértett és ennek következtében az ügyfélnek igénye keletkezik a bírság visszatérítésére, a visszatérítendő összeg után a mindenkori jegybanki alapkamat kétszeres összegének megfelelő kamatot is meg kell téríteni.
- 48) A bírságnak a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557. számú bírságbevételei számla javára történő befizetéskor a közlemény rovatban feltüntetendő

- az eljárás alá vont vállalkozás neve,
- a versenyfelügyeleti eljárás száma,
- a befizetés jogcíme (bírság).

IX. **Egyéb kérdések**

- 49) A Gazdasági Versenyhivatal hatásköre a Tpv. 45. §-án, illetékessége a Tpv. 46. §-án alapul. E rendelkezések értelmében a Gazdasági Versenyhivatal kizárólagos hatáskörrel rendelkezik minden olyan versenyfelügyeleti ügyben, amely nem tartozik bíróság (Tpv. 86.§) hatáskörébe, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.
- 50) A Versenytanács megállapította, hogy az RB Kft. törvénybe ütköző magatartást tanúsított, ezért a Tpv. 62. § (4) bekezdésének első mondata alapján a szakértői vélemény elkészíttetésével kapcsolatban felmerült költségek megfizetésére kötelezte.
- 51) A Versenytanács határozatát a Tpv. 63. § szerinti elintézési határidőn belül hozta meg, figyelembe véve, hogy a Tpv. 63. § (5) bekezdés d) pontja szerint az elintézési határidő számításánál nem kell figyelembe venni szakértő kirendelése esetén a szakvélemény beérkezéséig eltelt (adott esetben: 2008. január 4. és április 10. közötti) időt.
- 52) Az eljárás alá vont vállalkozást megillető jogorvoslati jog a Tpv. 83. § (1)–(2) bekezdésén alapul.

Budapest, 2008. augusztus 26.