



1054 Budapest, Alkotmány u. 5.  
Levélcím: 1391 Budapest 62. Pf.: 211.  
Telefon: (06-1) 472-8865, Fax: (06-1) 472-8860  
Ügyszám: VJ/40/2018.  
Iktatószám: VJ/40-192/2018.

## Betekinthető változat!

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa a dr. Hatházi Vera Ügyvédi Iroda (eljáró ügyvéd: dr. H. V.) által képviselt **NATURPRODUKT Kft.** (2046 Törökbálint, DEPO Pf. 8.), a Molnár József ügyvezető által képviselt **PATIKA TÜKÖR Kft.** (1162 Budapest, Timur utca 29.), a Nagy Tünde ügyvezető által képviselt **Medicnet Media Kft.** (1036 Budapest, Bécsi út 57-59. 1. em. 10.) és a Dr. Hatházi Vera Ügyvédi Iroda (eljáró ügyvéd: Dr. H.V.) által képviselt **Dr. Theiss Naturwaren GmbH** (Michelinstr. 10., D-66424 Homburg, Németország) eljárás alá vont vállalkozások ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt indult versenyfelügyeleti eljárásban – nyilvános tárgyalást követően – meghozta az alábbi

### h a t á r o z a t o t .

I. Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a **NATURPRODUKT Kft.** és a **Dr. Theiss Naturwaren GmbH** által a **Parusan Stimuláló sampon nőknek** és **Parusan Energizáló Tonik nőknek** termékekkel kapcsolatban egyes televíziós reklámokban, e-DM levelekben, Facebook hirdetésekben, Facebook posztokban, Google Adwords hirdetésekben, Youtube videókban, nyomtatott sajtóhirdetésekben, saját weboldalon, a termékek csomagolásán, moziban elhelyezett reklámhordozókon és online sajtóhirdetésekben 2017 januárjától közzétett, azok hajritkulás, hajhullás elleni és hajnövekedést segítő, stimuláló hatására vonatkozó állításai – a hajhullás megszűnését ígérő üzenetek kivételével – nem jogsértőek.

II. Az eljáró versenytanács megállapítja továbbá, hogy

- a **NATURPRODUKT Kft.** és a **Dr. Theiss Naturwaren GmbH** fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor a **Parusan Stimuláló sampon nőknek** és **Parusan Energizáló Tonik nőknek** termékekkel kapcsolatban egyes televíziós reklámokban, e-DM levelekben, Facebook hirdetésekben, Facebook posztokban, Google Adwords hirdetésekben, Youtube videókban, nyomtatott sajtóhirdetésekben, a termékek csomagolásán, moziban elhelyezett reklámhordozókon és online sajtóhirdetésekben 2017 januárjától azok vérkeringést és tápanyag-ellátottságot fokozó, továbbá hajszálatokat erősítő, hajhullás megszűnését ígérő, azaz egészségre gyakorolt hatására vonatkozó, nem megfelelően igazolt állításokat tett, megsértve ezáltal – a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény 6. § (1) bekezdés b) pont b) alpontjára figyelemmel – a 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat;
- a **Dr. Theiss Naturwaren GmbH** tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor a **Parusan Stimuláló sampon nőknek** és **Parusan Energizáló Tonik nőknek** termékekkel kapcsolatban egyes televíziós reklámokban, e-DM levelekben, Facebook hirdetésekben,

Facebook posztokban, Google Adwords hirdetésekben, Youtube videókban, nyomtatott sajtóhirdetésekben, a termékek csomagolásán, moziban elhelyezett reklámhordozókon és online sajtóhirdetésekben 2017 januárjától azok vérkeringést és tápanyag-ellátottságot fokozó, továbbá hajszálakat erősítő, hajhullás megszűnését ígérő, azaz egészségre gyakorolt hatására vonatkozó, nem megfelelően igazolt állításokat tett, megsértve ezáltal – a 655/2013/EU rendelet mellékletére is figyelemmel – az 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdésében foglalt rendelkezéseket;

- a PATIKA TÜKÖR Kft. és a NATURPRODUKT Kft. tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor a Patika Tükör 2017/8. számában szerkesztői tartalomnak álcázott reklámot tettek közzé, megsértve ezáltal – a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény mellékletének 11. pontjára figyelemmel – a 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat.

III. Az eljáró versenytanács a NATURPRODUKT Kft.-t kötelezi az általa vállalt, jelen határozat mellékletét képező megfelelési intézkedések bevezetésére és e kötelezettség teljesítésének igazolására. Az eljáró versenytanács a PATIKA TÜKÖR Kft.-t kötelezi arra, hogy 60 napon belül alakítson ki megfelelési programot, a már megvalósított megfelelési törekvéseinek a jelen határozat indokolásában rögzített javaslatokkal, pontosításokkal kiegészített formában való intézményesítése révén, és azt ugyanezen határidőn belül igazolja a GVH számára.

IV. A fenti II. részben meghatározott jogsértésekre tekintettel az eljáró versenytanács a NATURPRODUKT Kft.-t és a Dr. Theiss Naturwaren GmbH-t egyetemlegesen kötelezi 25.000.000 Ft (azaz huszonöt-millió forint), valamint a PATIKA TÜKÖR Kft.-t 185.000 Ft (azaz száznyolcvanötezer forint) versenyfelügyeleti bírság megfizetésére, amely összeget a kötelezett a Magyar Államkincstár 10032000-01037557-00000000 számú versenyfelügyeleti bírságszámlája javára köteles megfizetni a határozat közlésétől számított 30 napon belül.

V. Az eljáró versenytanács végezetül a NATURPRODUKT Kft.-t és a Dr. Theiss Naturwaren GmbH-t az eljárás során felmerült 295.894 Ft eljárási költség (szakértői díj) egyetemleges megfizetésére kötelezi a Tptv. 62/B. § (4) alapján, amely összeget a kötelezett a Magyar Államkincstár 10032000-01468223-00000000 számú eljárási költségbevételei számlájára köteles megfizetni a határozat közlésétől számított 30 napon belül.

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

A határozat ellen a kézhezvételtől számított 30 napon belül közigazgatási per indítható. A keresetlevelet a Gazdasági Versenyhivatalnál kell benyújtani elektronikusan az erre rendszeresített űrlap<sup>1</sup> használatával, mely a Gazdasági Versenyhivatal honlapján érhető el. A Gazdasági Versenyhivatal a keresetet az ügy irataival együtt továbbítja a közigazgatási perre

---

<sup>1</sup> [http://www.gvh.hu/data/cms1041089/GVH\\_gvh\\_k01\\_19\\_01.jar](http://www.gvh.hu/data/cms1041089/GVH_gvh_k01_19_01.jar)

hatáskörrel és illetékességgel rendelkező Fővárosi Törvényszéknek. A törvényszék eljárásában a jogi képviselő kötelező.

\* \* \*

Az eljáró versenytanács meghozta továbbá az alábbi

### **v é g z é s t .**

Az eljáró versenytanács a Recept Nélkül magazinban megjelent szerkesztői tartalom és hirdetés kapcsán az eljárást megszünteti mind a Medicnet Media Kft.-vel, mind a NATURPRODUKT Kft.-vel szemben.

A végzés ellen a közlésétől számított nyolc napon belül közigazgatási per indítható. A keresetlevelet a Gazdasági Versenyhivatalnál kell benyújtani elektronikusan az erre rendszeresített űrlap<sup>2</sup> használatával, mely a Gazdasági Versenyhivatal honlapján érhető el. A Gazdasági Versenyhivatal a keresetet az ügy irataival együtt továbbítja a közigazgatási perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező Fővárosi Törvényszéknek. A törvényszék eljárásában a jogi képviselő kötelező.

\* \* \*

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

## **I n d o k o l á s**

### **I.**

#### **Az eljárás tárgya**

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) 2018. október 31-én kiadott VJ/40/2018. számú végzésével versenyfelügyeleti eljárást indított, miután észlelte, hogy „*a NATURPRODUKT Kft. a Parusan Stimuláló sampon nőknek és Parusan Energizáló Tonik nőknek kozmetikum termékek népszerűsítése során hangsúlyozza termékének bizonyos egészséggel, fizikai kondíciókkal (pl. stressz, hormonális változások) való összefüggéseit az alábbi*
  - i. *„A stressz és a hormonváltozás a nőknél gyakran okoz hajritkulást. Itt a Parusan. ”*  
*„Parusan sampon és tonik. A hajhullás csökkentésére”*
  - ii. *„Stimuláló hatás a haj gyökeréig”*
  - iii. *„Fokozza a fejbőr vérkeringését és javítja a tápanyaggal való ellátottságát”*
  - iv. *„Erősíti a hajsálakat”*

---

<sup>2</sup> [http://www.gvh.hu/data/cms1041089/GVH\\_gvh\\_k01\\_19\\_01.jar](http://www.gvh.hu/data/cms1041089/GVH_gvh_k01_19_01.jar)

v. „Csökkenti a hajhullást”

*egészségre gyakorolt hatással kapcsolatos állításokkal, amelyeket a kereskedelmi gyakorlata kialakításával, összehatásával (pl. a termékek gyógyszerári elérhetősége, gyógyszerészi ajánlás) is alátámaszt.”*

2. Az ügyindító végzés fenti magatartás kapcsán valószínűsíti, hogy a megjelölt egészségre ható állítások megalapozottságát nem tudja igazolni a NATURPRODUKT Kft., miáltal a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 6. § (1) bekezdés b) pont bj) alpontjában foglalt tényállás megvalósításával valószínűsíthetően megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat, és valószínűsíthetően megsértette a kozmetikai termékekről szóló 2009. november 30-i 1223/2009/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet (a továbbiakban: 1223/2009/EK rendelet) 20. cikk (1) bekezdésében foglaltakat.
3. A GVH észlelése szerint továbbá a NATURPRODUKT Kft. *„a Recept Nélkül magazin 2017. márciusi számában és Patika Tükör magazin XXIV. évfolyam 2017/8. számában megjelent hirdetési mellett valószínűsíthetően ellenszolgáltatás nyújtása mellett szerkesztői tartalmat használt a termékek értékesítésének előmozdítására, azonban ez nem tűnik ki egyértelműen a tartalomból, illetve a fogyasztó számára egyértelműen felismerhető képi elemekből.”*
4. A fenti magatartás kapcsán a GVH az Fttv. mellékletének 11. pontjában foglaltak megvalósítását, és így az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalom megsértését valószínűsítette.
5. A végzés indokolása szerint a *„versenyfelügyeleti eljárás kiterjed az eljárás alá vont 2017. január 1-jétől alkalmazott valamennyi kereskedelmi kommunikációs eszközére.”*
6. A 2019. február 8-án kiadott VJ/40-12/2018. számú végzéssel a Medicnet Media Kft. mint a Recept Nélkül c. magazin kiadója, a VJ/40/13/2018. számú végzéssel a PATIKA TÜKÖR Kft. mint a Patika Tükör c. magazin kiadója a vizsgálatba ügyfélként bevonásra kerültek, mivel a GVH észlelte, hogy
  - *„a Recept Nélkül magazin 2017. márciusi számában megjelent cikket a Medicnet Media Kft. készítette és adta ki a NATURPRODUKT Kft. megrendelése alapján, amelyet a megrendelés visszaigazolása és a teljesítésről kiállított számla is igazol”,*
  - *„a Patika Tükör magazin XXIV. évfolyam 2017/8. számában megjelent cikket a PATIKA TÜKÖR Kft. készítette és adta ki a NATURPRODUKT Kft. megrendelése alapján, amelyet a megrendelésről létrejött szerződés és a teljesítésről kiállított számla is igazol.”*
7. Fentiekre figyelemmel mindkét vállalkozás esetében felmerült, hogy a szerkesztői tartalomnak álcázott reklám közzétételéért valószínűsíthetően felelősségük fennáll.
8. A vizsgálati jelentést a vizsgáló 2019. november 15-én terjesztette a Versenytanács elé, ezzel az eljárás a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 47. § (2) bekezdése alapján versenytanácsi szakaszba került.

9. Az eljáró versenytanács 2020. január 23-án kelt VJ/40-78/2018. számú végzésével a versenyfelügyeleti eljárás iratait az eljárás kiterjesztése és a tényállás tisztázásához szükséges további vizsgálat céljából a vizsgálatnak visszaadta.
10. A GVH 2020. április 8-án kelt VJ/40-90/2018. számú végzésével az eljárást egyrészt kiterjesztette annak vizsgálatára, hogy egyes, a Parusan Stimuláló sampon nőknek és Parusan Energizáló Tonik nőknek termékekkel kapcsolatban az ügyindító végzésben megjelölt állításokkal egyező tartalmú, illetve üzenetű állítások megalapozottságát igazolni tudja-e a NATURPRODUKT Kft., így magatartása megvalósította-e az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pont bj) alpontjában foglalt magatartást, illetve megsértette-e az 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdésében foglaltakat. A végzéssel másrészt ügyfélként bevonásra került az eljárásba a Dr. Theiss Naturwaren GmbH, mivel a GVH észlelte, hogy a nevezett vállalkozás az 1223/2009/EK rendelet 4. cikk (1) bekezdése szerint a Parusan termékekkel kapcsolatban felelős személynek tekinthető.
11. A kiegészített vizsgálati jelentést<sup>3</sup> a vizsgáló 2020. szeptember 30-án terjesztette a Versenytanács elé, ezzel az eljárás ismét versenytanácsai szakaszba került.
12. Az eljáró versenytanács 2020. november 20-án közölte az eljárás alá vontakkal előzetes álláspontját,<sup>4</sup> majd az ügyfelek kérelmére 2021. január 15-én nyilvános tárgyalást<sup>5</sup> tartott. Ezt követően számos alkalommal további adatkérést küldött a NATURPRODUKT Kft.-nek,<sup>6</sup> illetve az OGYÉI ismételt megkeresésére<sup>7</sup> is sor került.

## II.

### Az eljárás alá vont vállalkozások

#### II.1. NATURPRODUKT Kft.

13. A NATURPRODUKT Kft. 1992-ben kezdte meg tevékenységét a magyarországi gyógyszer, étrend-kiegészítő, illetve kozmetikai piacon. Főbb partnerei nagykereskedők, gyógyszertárak. A vállalkozás természetes, gyógynövényi hatóanyagokat tartalmazó, illetve egyéb, magas minőségű gyógyszerészeti hatóanyagokat tartalmazó termékek forgalmazását végzi. Előadása szerint valamennyi, általa forgalmazott termék előállítására ellenőrzött GMP előírások mentén történik.<sup>8</sup>
14. A vállalkozás jelenleg egyszemélyes kft. formájában működik, az egyetlen tag a Dr. Theiss Naturwaren GmbH, mely így minősített többségű befolyással rendelkezik. Saját nyilatkozata szerint – figyelemmel a kis-és középvállalkozásokról, fejlődésük

<sup>3</sup> VJ/40-150/2008., NATURPRODUKT Kft. számára betekinhető változat: VJ/40-151/2008., PATIKA TŰKÖR Kft. számára betekinhető változat: VJ/40-152/2008., dr. Theiss Naturwaren GmbH számára betekinhető változat: VJ/40-153/2008., betekinhető iratváltozat: VJ/40-154/2008.

<sup>4</sup> VJ/40-156/2008., NATURPRODUKT Kft. számára betekinhető változat: VJ/40-157/2008., PATIKA TŰKÖR Kft. számára betekinhető változat: VJ/40-159/2008., dr. Theiss Naturwaren GmbH számára betekinhető változat: VJ/40-158/2008., betekinhető iratváltozat: VJ/40-160/2008.

<sup>5</sup> VJ/40-168/2018.

<sup>6</sup> VJ/40-169/2018., VJ/40-178/2018., VJ/40-180/2018.

<sup>7</sup> VJ/40-174/2018.

<sup>8</sup> VJ/40-4/2018. számú irat 1. pont

támogatásáról szóló 2004. évi XXXIV. törvény (a továbbiakban: KKV törvény) 5. § (5) és (9) bekezdés rendelkezéseire – nem minősül kis- és középvállalkozásnak.<sup>9</sup>

15. A NATURPRODUKT Kft. a 2017-es üzleti évben 1.892.260.000 Ft,<sup>10</sup> a 2018-as üzleti évben 2.920.274.000 Ft,<sup>11</sup> míg a 2019-es üzleti évben 3.056.728.000 Ft<sup>12</sup> nettó árbevételre tett szert. A 2020-as évben (júniussal bezárólag) [ÜZLETI TITOK] Ft árbevételre tett szert.<sup>13</sup>
16. A Parusan termékek forgalmazásából a NATRUPRODUKT Kft.-nek az alábbi árbevételei keletkeztek:<sup>14</sup>

Időszak	Parusan Stimuláló sampon		Parusan Energizáló Tonik	
	értékesített mennyiség (db)	árbevétel (Ft)	értékesített mennyiség (db)	árbevétel (Ft)
2017.	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]
2018.	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]
2019.	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]
2020.	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]
Összesen	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]

17. Fentiekre figyelemmel a két termék értékesítéséből 2017. január 1-jétől 2020 júniusáig összesen [ÜZLETI TITOK] Ft árbevétele keletkezett a NATURPRODUKT Kft.-nek.
18. A NATURPRODUKT Kft.-vel szemben eddig versenyfelügyeleti eljárás nem volt folyamatban.

## II.2. Dr. Theiss Naturwaren GmbH

19. A vállalkozást 1978-ban alapították, jelenleg is Németországban működik. Fő tevékenysége gyógyszertermékek gyártása és forgalmazása, ezen belül is elsősorban a vény nélkül kapható termékekre (OTC) és kozmetikumokra helyezi a hangsúlyt. A termékfejlesztés és –gyártás Németországban történik, a cég termékei 60 országban érhetőek el.<sup>15</sup>
20. Nyilatkozata alapján 2017-ben [ÜZLETI TITOK] Ft, 2018-ban [ÜZLETI TITOK] Ft, 2019-ben [ÜZLETI TITOK] Ft, 2020-ban (augusztusig) [ÜZLETI TITOK] Ft árbevételt realizált.<sup>16</sup>

<sup>9</sup> VJ/40-4/2018. számú irat 4. pont

<sup>10</sup> VJ/40-58/2018. számú irat 1. számú melléklet

<sup>11</sup> VJ/40-54/2018. számú irat 1. számú melléklet

<sup>12</sup> VJ/40-131/2018. számú irat 1. számú melléklet

<sup>13</sup> VJ/40-109/2018. számú irat 1. pontjához kapcsolt melléklete szerint

<sup>14</sup> VJ/40-4/2018. számú irat 1. számú melléklet a 2017. és 2018. évre, a VJ/40-55/2018. számú irat a 2018. december és 2019. szeptember közötti, a VJ/40-85/2018. számú irat 2. számú melléklete a 2019 szeptembere és 2019 decembere közötti, míg a VJ/40-109/2018. számú irat melléklete a 2020. évi időszakra vonatkozó adatok tekintetében.

<sup>15</sup> VJ/40-101/2018. számú irat 1. pont

<sup>16</sup> VJ/40-135/2018. számú irat 1. számú melléklet

21. Átlagos alkalmazotti létszáma 2017-ben [ÜZLETI TITOK] fő, 2018-ban [ÜZLETI TITOK] fő, 2019-ben [ÜZLETI TITOK] fő volt.<sup>17</sup> Minderre is figyelemmel a vállalkozás nem tekinthető KKV-nak.
22. A Dr. Theiss Naturwaren GmbH a Parusan termékek forgalmazásából 2017-ben [ÜZLETI TITOK] Ft, 2018-ban [ÜZLETI TITOK] Ft, 2019-ben [ÜZLETI TITOK] Ft, 2020 augusztusáig [ÜZLETI TITOK] Ft árbevételre tett szert.<sup>18</sup>

### II.3. PATIKA TÜKÖR Kft.

23. A vállalkozás megalapítására 1993-ban került sor, fő tevékenysége a cégkivonat szerint folyóirat, időszaki kiadvány kiadása.<sup>19</sup> Ez a tevékenység a Patika Tükör című lap, illetve 2009 óta a Pirulatrend és a Marketingpirula című lapok kiadását takarja.<sup>20</sup>
24. A vállalkozást 3 magánszemély tulajdonolja, dr. Nagy Gabriella tulajdoni hányada az 50%-ot meghaladja.
25. A PATIKA TÜKÖR Kft. a 2017-es üzleti évben 311.512.000 Ft,<sup>21</sup> a 2018-as üzleti évben 341.180.000 Ft,<sup>22</sup> a 2019-es évben 345.311.000 Ft,<sup>23</sup> a 2020-as évben (augusztusig) [ÜZLETI TITOK] Ft<sup>24</sup> nettó árbevételre tett szert. Foglalkoztatotti létszáma a vizsgálattal érintett egyik üzleti évben sem haladta meg a 10 főt.
26. A PATIKA TÜKÖR Kft. nyilatkozata szerint megalapítása óta mikrovállalkozásnak minősül,<sup>25</sup> melyet a rendelkezésre álló adatok is alátámasztanak a fentiek szerint.
27. Nyilatkozata szerint a KKV törvény 4. § rendelkezése alapján a PATIKA TÜKÖR Kft. partnervállalkozásának minősül az Érom Patika Bt. (1162 Budapest, Timúr utca 29.) a PATIKA TÜKÖR Kft. 25%-os tulajdonrészére tekintettel, továbbá kapcsolódó vállalkozásának minősül az Alina Pharma Kft. (1162 Budapest, Timúr utca 29.), mivel annak dr. Nagy Gabriella a többségi tulajdonosa.<sup>26</sup> A GVH észlelte továbbá, hogy a PATIKALAP Kft. (1143 Budapest, Francia út 5. 1. em. 2.) kizárólagos tulajdonosa a PATIKA TÜKÖR Kft., így e két vállalkozás szintén partnervállalkozásoknak tekintendők.<sup>27</sup>
28. Az eljáró versenytanács megállapította, hogy partner- és kapcsolódó vállalkozásainak adatait figyelembe véve is KKV-nek tekinthető a PATIKA TÜKÖR Kft.<sup>28</sup>

---

<sup>17</sup> VJ/40-101/2018. számú irat 5. pont

<sup>18</sup> VJ/40-135/2018. számú irat 2. számú melléklete

<sup>19</sup> VJ/40-60/2018. számú irat 2. számú melléklet

<sup>20</sup> VJ/40-32/2018. számú irat 1. pont

<sup>21</sup> VJ/40-54/2018. számú irat 4. számú melléklet

<sup>22</sup> VJ/40-54/2018. számú irat 5. számú melléklet

<sup>23</sup> VJ/40-131/2018. számú irat 2. számú melléklet

<sup>24</sup> VJ/40-137/2018. számú irat 1. és 2. kérdéshez kapcsolódó melléklete szerint

<sup>25</sup> VJ/40-32/2018. számú irat 4. pont

<sup>26</sup> VJ/40-32/2018. számú irat 5. pont

<sup>27</sup> VJ/40-60/2018. számú irat 7. számú melléklet

<sup>28</sup> Az Érom Patika Bt. 2019-ben 175.893.000 Ft, 2018-ban 175.650.000 Ft árbevételre tett szert, mindkét évben 4 fő alkalmazottal rendelkezett. Az Alina Pharma Kft. 2019-ben 216.339.000 Ft, 2018-ban 230.038.000 Ft árbevételre tett szert, mindkét évben 7 fő alkalmazottal rendelkezett. A PATIKALAP Kft. sem 2019-ben, sem 2018-ban nem realizált árbevételt, illetve mindkét évben alkalmazottainak száma is 0 fő volt. Az adatok forrása: Igazságügyi Minisztérium által fenntartott elektronikus beszámoló portál [2020. november 4.].

29. A PATIKA TŰKÖR Kft.-vel szemben az elmúlt 10 évben egy versenyfelügyeleti eljárás volt folyamatban VJ/47/2011. számon. A 2012. május 10-én kelt döntésben a GVH megállapította, hogy a PATIKA TŰKÖR Kft. az Fttv. mellékletének 11. pontjában foglalt magatartást tanúsította, bírság kiszabására ugyanakkor nem került sor.

#### **II.4. Medicnet Media Kft.**

30. A vállalkozás megalapítására 2013-ban került sor, főtevékenysége cégkivonata alapján reklámügynökségi tevékenység, nyilatkozata szerint lapkiadás, melynek keretében a Recept Nélkül című egészségügyi folyóiratot készíti. A vállalkozás tulajdonolja és üzemelteti továbbá a [www.vital.hu](http://www.vital.hu) egészségügyi és életmód portált.<sup>29</sup>

31. A Medicnet Media Kft. a 2017-es üzleti évben 110.723.000 Ft nettó árbevételre,<sup>30</sup> a 2018-as üzleti évben 94.354.000 Ft,<sup>31</sup> 2019-es üzleti évben 93.255.000 Ft,<sup>32</sup> 2020 augusztusáig 50.042.000 Ft<sup>33</sup> nettó árbevételre tett szert. A megjelölt árbevétel a Magyar Nemzeti Bank által közzétett évi átlagos forint-euró árfolyam nagyságára figyelemmel 2017-ben 358.084 euró összegnek, 2018-ban 295.901 euró, 2019-ben 282.055 euró, 2020-ban 141.338 euró<sup>34</sup> összegnek feleltethető meg. Nyilatkozata szerint KKV-nak minősül megalapításától kezdődően.<sup>35</sup>

32. A vállalkozással szemben korábban nem volt folyamatban versenyfelügyeleti eljárás.

### **III.**

#### **Az érintett piac és termék**

##### **III.1. A Parusan termékek piaca**

33. A vizsgálat a Parusan Stimuláló sampon nőknek és Parusan Energizáló Tonik nőknek elnevezésű termékek kapcsán indult meg.

34. A vizsgálattal érintett Parusan termékek az 1223/2009/EK rendelet 2. cikk (1) bekezdés a) pontja értelmében kozmetikai terméknek minősülnek. Besorolásukat a NATURPRODUKT Kft. is megerősítette.<sup>36</sup> Gyártójuk – és az 1223/2009/EK rendelet szerinti felelős személy – a Dr. Theiss Naturwaren GmbH. A NATURPRODUKT Kft. a magyarországi forgalmazást 2017. január 1-jén kezdte meg. A termékek Magyarországon főként gyógyszerári forgalomban érhetőek el, akár gyógyszertárak online felületein, illetve online közvetlenül a NATURPRODUKT Kft.-től vagy más honlapokról<sup>37</sup> is megrendelhetők.

35. Mivel a Parusan termékeket főként diffúz, azaz a hajjas fejbőr egészét érintő hajhullásra ajánlják, az eljáró versenytanács álláspontja szerint a versenyfelügyeleti eljárással érintett

<sup>29</sup> VJ/40-60/2018. számú irat 3. számú melléklet, illetve VJ/40-34/2018. számú irat 1. pont

<sup>30</sup> VJ/40-54/2018. számú irat 2. számú melléklet

<sup>31</sup> VJ/40-54/2018. számú irat 3. számú melléklet

<sup>32</sup> Az Igazságügy Minisztérium által üzemeltetett Elektronikus Beszámoló Portál adatai szerint [2020. október 20.]

<sup>33</sup> VJ/40-143/2018. számú irat

<sup>34</sup> Az MNB által 2020 augusztusára közzétett 354,06 Ft/euro árfolyammal számolva.

<sup>35</sup> VJ/40-34/2018. számú irat 4. pont

<sup>36</sup> Eredetileg B/406-5/2018. számú irat 2. pont, átemelve a VJ/40-35/2018. számú irat 1. számú mellékleteként

<sup>37</sup> Ld. pl. [www.beauty.hu](http://www.beauty.hu), [www.netvital.net](http://www.netvital.net)



piac tágabban a kozmetikumok speciális samponok, hajápolók szegmensének, szűkebben a hajhullás problémájának enyhítésre szolgáló hajápolók piaca.

36. A haj növekedési és kihullási fázisainak ciklikusságából adódóan a hajhullás kisebb-nagyobb mértékben minden fogyasztót érint, így a piac keresleti oldalán bármely, érintett fogyasztó elhelyezkedhet. A normális mértékűnél intenzívebb hajhullás csökkentésére, megállítására számos készítmény érhető el, akár étrend-kiegészítőkről, akár kozmetikai termékekről beszélünk. Egyes termékek elérhetőek normál kiskereskedelmi forgalomban, míg vannak olyan termékek is, melyek kizárólag gyógyszerári forgalomban kaphatóak. Mivel a piac kínálati oldalán számos gyártó kínálja termékeit, az egyes termékek között éles a verseny. Ezt támasztja alá a NATURPRODUKT Kft. által készített kutatási anyag is, [ÜZLETI TITOK].<sup>38</sup>
37. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint – figyelemmel arra, hogy a hajhullás kezelésére szolgáló kozmetikai termékek nem kizárólag gyógyszerárban érhetőek el – a piac és a versenytársak meghatározása nem szűkíthető le a csak gyógyszerárban értékesített speciális kozmetikai készítményekre. A NATURPRODUKT Kft. és a Dr. Theiss Naturwaren GmbH úgy nyilatkozott, hogy a gyógyszerári piacon a Revalid és a Plantur elnevezésű termékeket tekinti versenytársának.<sup>39</sup>

### III.2. A patikai lapok piaca

38. A patikákban jelenleg már számos kiadvány érhető el a fogyasztók számára. A nagyobb patikai láncok szinte kivétel nélkül készítenek ingyenes – elsősorban eladásösztönző céllal készült – patikai újságokat, így a Szimpatika, BENU, Alma, Kulcs patikaláncok mindegyike rendelkezik ilyen kiadványokkal. Ettől kicsit elkülönülnek az egyéb patikai lapok, melyek egy része ingyenes, egy részük viszont a patikus által megrendelt, fizetett, és a fogyasztóknak továbbadott, szakmai vezetéssel készülő patikai újságok. Utóbbi kategóriába tartozók közül a legjelentősebbek a Patika Magazin, a Patika Tükör és a Recept Nélkül.<sup>40</sup>
39. A PATIKA TÜKÖR Kft. álláspontja szerint a tágabban értelmezett piachoz hozzátartozik minden olyan kiadvány, mely a recept nélkül kapható gyógyszerek reklámozásában részt vesz, tehát a női lapok és a gyógyszerári lapok egyaránt.<sup>41</sup>
40. A Patika Tükör magazin jelenleg nem auditált olvasottsági, megjelenési adatai tekintetében. Hitelesített adat 2011-ből áll rendelkezésre, eszerint a lap 2011. I. félévében 150.000 példányban jelent meg, az érintett évben a teljes olvasottsága 382.500 volt.<sup>42</sup> A PATIKA TÜKÖR Kft. nyilatkozata szerint a nyomtatott sajtóban a példányszámok tekintetében a 2011 óta eltelt időszakban 30-40%-os visszaesés volt.
41. A Recept Nélkül magazin kapcsán megjelenési, terjesztési példányszámok nem állnak rendelkezésre. A Medicnet Media Kft. nyilatkozata szerint a kiadvány célcsoportja a 35-55 éves nők, akik a család „egészségőrei”.<sup>43</sup>

---

<sup>38</sup> VJ/40-10/2018. számú irat

<sup>39</sup> VJ/40-4/2018. számú irat 1. pont és VJ/40-101/2018. számú irat 1. pont

<sup>40</sup> VJ/40-32/2018. számú irat 4. oldal, VJ/40-164/2018.

<sup>41</sup> VJ/40-32/2018. számú irat 5. oldal

<sup>42</sup> VJ/40-32/2018. számú irat 2. pont

<sup>43</sup> VJ/40-34/2018. számú irat 2. pont

## IV.

### A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

42. A vizsgálat a Parusan Stimuláló sampon nőknek és Parusan Energizáló Tonik nőknek elnevezésű termékek 2017. január 1-jétől megvalósult teljes kereskedelmi kommunikációja vonatkozásában került lefolytatásra. A nevezett termékek népszerűsítésére az alábbi kommunikációs eszközökön került sor:

- a) televízió-reklám és támogatói televíziós megjelenés,<sup>44</sup>
- b) E-DM levél: szakmai hírlevél, fogyasztói hírlevél,
- c) elektronikus hirdetések (Facebook, Google Adwords, Youtube),
- d) Facebook posztok,
- e) nyomtatott sajtóhirdetés,
- f) saját weboldal,
- g) csomagolás,
- h) mozi szponzoráció,
- i) online sajtó.

#### IV.1. A Parusan termékek általános kereskedelmi gyakorlata

43. Az ügyindító végzésben és a VJ/40-90/2018. számú kiterjesztő végzésben megfogalmazottak szerint a vizsgálat az alábbi, valamint az alábbiakkal azonos tartalmú, illetve üzenetű állításokra terjed ki:

- i. „A stressz és a hormonváltozás a nőknél gyakran okoz hajritkulást. Itt a Parusan.”  
„Parusan sampon és tonik. A hajhullás csökkentésére”
- ii. „Stimuláló hatás a haj gyökeréig”
- iii. „Fokozza a fejbőr vérkeringését és javítja a tápanyaggal való ellátottságát”
- iv. „Erősíti a hajszálakat”
- v. „Csökkenti a hajhullást”

44. A teljes kereskedelmi kommunikációt az előzetes álláspont melléklete tartalmazza részleteiben, feltüntetve, hogy az egyes állítások mely, fentiek szerinti kategóriába sorolhatók. Az állítások és megjelenésük helyére vonatkozó információk az alábbiak szerint összegezhetőek:

Ügyindító végzés szerinti kategória	Az állítás egyéb megjelenési formái, hasonló tartalmú, üzenetű állítások (példálózó jelleggel)	Mely kommunikációs eszközökön jelent meg?
i) „A stressz és a hormonváltozás a nőknél gyakran	„A stressz és a hormonváltozás a nőknél gyakran okoz hajritkulást. Itt a Parusan.”	TV reklám, e-DM, Facebook hirdetés, Facebook poszt,

<sup>44</sup> A hirdetések például a következő csatornákon jelentek meg: [ÜZLETI TITOK]

<p>okoz hajritkulást. Itt a Parusan.”  „Parusan sampon és tonik. A hajhullás csökkentésére”</p>	<p>„Hajhullás és hajritkulás ellen. Hullik a haja? Parusan”  „hullik a hajam. (...) A stressz és a hormonális változások nagy hatással lehetnek a hajunkra. (...) Nekem a Parusan segített”  „Hajritkulás vagy diffúz hajhullás? A Parusan Stimuláló sampon a megoldás.”</p>	<p>Google Adwords, Youtube, nyomtatott sajtóhirdetés, mozi, online sajtóhirdetés</p>
<p>ii) „Stimuláló hatás a haj gyökeréig.”</p>	<p>„Stimuláló hatás a haj gyökeréig”  „hajhagymákat stimuláló termékek”  „A hajnövekedést serkentő Parusan Stimuláló sampon és Energizáló tonik”  „stimulálja az új hajszálok növekedését.”  „stimulálja a haj növekedési fázisát”  „jelentősen meggyorsítja a haj újranövekedését”  „A Parusan Stimuláló samponnal és Energizáló tonikkal (...) új lendületet adhatsz a hajhagymák növekedéséhez.”  „Parusan Stimuláló sampon és Energizáló tonik segítségével (...) munkára bírhatod hajhagymáidat”  „serkenti a haj növekedését.”  „támogatja a haj növekedési fázisát”  „a haj életsiklusán belül a növekedési fázist támogatja”  „működésre bírják sztrájkoló hajhagymáidat”  „haj növekedését serkentő hatás”  „működésbe lépjenek a hajhagymáid”</p>	<p>TV reklám, e-DM, Facebook hirdetés, Facebook poszt, Google Adwords, Youtube, nyomtatott sajtóhirdetés, saját weboldal, csomagolás, mozi, online sajtóhirdetés</p>
<p>iii) „Fokozza a fejbőr vérkeringését, javítja a tápanyaggal való ellátottságát.”</p>	<p>„Fokozza a fejbőr vérkeringését és javítja a tápanyaggal való ellátottságát”  „serkenti a fejbőr vérkeringését, biztosítja a tápanyaggal való ellátottságát”  „serkenti a fejbőr vérkeringését, javítja a fejbőr tápanyaggal történő ellátását”  „Koncentráltan juttatnak hatóanyagokat a hajba”  „A fejbőr vérkeringését serkentő”  „fejbőrt a haj gyökeréig célzottan látják el koncentrált tápanyagokkal”</p>	<p>TV reklám, e-DM, Facebook hirdetés, Facebook poszt, Google Adwords, Youtube, nyomtatott sajtóhirdetés, csomagolás, mozi, online sajtóhirdetés</p>
<p>iv) „Erősíti a hajszálakat.”</p>	<p>„Erősíti a hajszálakat”</p>	<p>e-DM, nyomtatott sajtóhirdetés, mozi, online sajtóhirdetés</p>

<p>v) „Csökkenti a hajhullást.”</p>	<p>„Csökkenti a hajhullást”  „Hajhullás és hajritkulás csökkentésére”  „Parusan sampon és tonik. A hajhullás csökkentésére”  „hajhullást csökkentő Parusan Stimuláló sampon és Energizáló tonik”  „Hajhullással küszködsz? Ne törődj bele, van megoldás: úgy hívják, hogy Parusan!”  „Hajritkulás vagy diffúz hajhullás? A Parusan Stimuláló sampon a megoldás.”  „hajhullást csökkentő hatás”  „együttes erővel lépnek fel a hajhullás ellen”  „A hajhullás mérséklődése”  „Vess véget a hajhullásnak!”  „Nincs több hajhullás”  „Állítsd meg a hajhullást a Parusan-termékekkel!”  „Vedd fel a harcot a hajhullás ellen!”  „Hajhullást csökkentő (...) Parusan Stimuláló sampon és Energizáló tonik”  „A Parusan Stimuláló samponnal és Energizáló tonikkal kordában tarthatod a diffúz hajhullást”  „Parusan Stimuláló sampon és Energizáló tonik segítségével megálljt parancsolhatsz a diffúz hajhullásnak”  „Csökkenti a diffúz, azaz a hajas fejbőr egészére kiterjedő hajhullást”  „Hajhullással küzdesz? Akkor tegyél egy próbát az akciós Parusan Stimuláló samponnal és Energizáló tonikkal! A formula csökkenti a hajhullást”  „Akinek a diffúz hajhullással van problémája, annak ajánlható a tápanyagokban gazdag Parusan stimuláló sampon.”</p>	<p>TV reklám, e-DM, Facebook hirdetés, Facebook poszt, Google Adwords, Youtube, nyomtatott sajtóhirdetés, saját weboldal, csomagolás, mozi, online sajtóhirdetés</p>
-------------------------------------	--	--

## IV.2. A szerkesztői tartalomnak álcázott reklámok körében értékelt kereskedelmi gyakorlatok

### IV.2.1. A Recept Nélkül magazinban megjelent cikk és hirdetés

45. A Recept Nélkül magazinban 2017 márciusában megjelent cikk a kapcsolódó reklámmal a következő volt:

„Napi 60-100 hajszál kihullása még normális lehet

*Hajunk folyamatosan megújul, így az elöregedett hajszálak kihullnak. Ősszel és tavasszal fokozottabb a hajhullás. Ha csak 60-100 szál a napi hajvesztés, nem kell aggódni, ennyi szál elvesztése még a haj normál élettani ciklusának a következménye.*

*A hajszál alsó, széles része a hajhagyma. Alulról a hajhagymába érben gazdag kötőszöveti rész nyúlik be, ez táplálja. Középső részéből, az úgynevezett mátrixrészből növekszik felfelé a szőrszál. A faggyúmirigyek szoros kapcsolatban vannak a szőrszállal. Ha a szőrszálat kitépjük, a hajhagyma a mátrixsejtjeiből a hajszál újraképződik. Amikor ezek a bizonyos mátrixsejtek valamilyen betegség vagy gyógyszer hatására elpusztulnak, a haj növekedése megáll. Egészséges emberben a hajszál növekedésének gyorsasága naponta 0,35mm, ez azt jelenti, hogy hajunk körülbelül egy centimétert nő havonta. Gyakoribb hajvágással nem lehet meggyorsítani a hajnövekedést, mert csak az élettelen hajszálrészről távolítunk el egy darabot. Gyorsabb viszont a növekedés nyáron, amikor magasabb a hőmérséklet, ezért a hajhagymát ellátó, tápláló kis ér vérátáramlása nagyobb lesz.*

#### *Szakaszos hajváltás*

*Ismétlődő ciklus szerint történik a hajváltás, és három fázisból áll: növekedési, átmeneti és nyugalmi szakaszból. Az első fázisban a hajhagymából folyamatosan növekszik a szőrszál felfelé, majd a végpont elérése után nyugalmi fázis következik be. Az újonnan képződő hajszál, amely a hajhagyma felől indul, kilöki az előző, már csak enyhén rögzített hajszálat. Azt, hogy egy hajszál milyen fázisban van, a kihúzott gyökér mikroszkópos vizsgálatával lehet megállapítani. Egészséges emberben a haj 5-10 százaléka van nyugalmi szakaszban. Napi 100 szál haj kihullása normálisan is előfordulhat, különösen hajmosáskor.*

#### *Vitaminpótlás, ásványi anyagok*

*Ahogy egész szervezetünk, úgy az egészséges fejlődéshez a hajhagymák és a fejbőr is igényli a vitaminokat. Az A-vitamin az egészséges fejbőr egyik alapvitaminja forrása többek között a sárgarépa. A B és C-vitaminok a vérkeringéshez, a hajhagymák tápanyag- és oxigénellátottságához szükségesek. A vas segít eljuttatni az oxigént a hajhagymákhoz, nélküle a hajhagymák az oxigénhiány miatt messze alulteljesítenek, a hajnövekedés lelassul, ami meglátszik a lassan elöregedő hajszálak állapotán is. A vörös húsokban és a sötétzöld zöldségekben elegendő vasat találunk. A cink a proteinek egyik fontos összetevője, ami segít megakadályozni a hajhullást. A tengeri halak elsőrendű cinkforrások. Aki naponta hajtat mos, elegendő, ha csak néhány csepp sampon használ. Rövid ideig masszírozzuk a fejbőrt, azután bő vízzel alaposan öblítsük ki. Ritka fogú fésűvel bontsuk szét, és lehetőség szerint szabad levegőn, nyáron, napon szárítsuk.*

*forrás: vital.hu”*

46. A cikk alatt a következő ¼ méretű hirdetés volt észlelhető:<sup>45</sup>

---

<sup>45</sup> Eredetileg B/406-5/2018. számú irat A10\_5. Recept Nélkül elnevezésű melléklet (CD), átemelve a VJ/40-35/2018. számú irat 1. számú mellékleteként

**PARUSAN**

**Hullik a haja?**

Hajhullás és hajritkulás csökkentésére

**PARUSAN**  
Stimuláló hatás a haj gyökereig

- Biotinrel, L-argininnel és E-vitaminnal
- Fokozza a fejbőr vérellátottságát és javítja a tápanyaggal való ellátottságát
- Erősíti a hajszálakat
- Csökkenti a hajhullást

**NATURSHOP**

**SZEPÜLJ VELÜNK A NYÁRRA!**

TRENDI **málna-chili** TRENDI **solar** TRENDI **beauty**

A SZÉP FORMÁÉRT! A CSOKIBARNA BŐRÉRT! A GYÖNYÖRŰ, FÉNYES HAJÉRT!

NÖVÉNYI HATÓANYAGÚ TERMÉSZETES BEVIZSGÁLT TERMÉKEK MOST AKKORÁN MEGVÁSÁROLHATÓK A **NATURSHOP.HU** WEBÁRULÁSBAN!

AZ ÉTREND-KÉSZÍTÉS NEM FOLYAMATOS POPULÁRIZÁSI ÉS AZ EBÉSZSÉGES ÉLETMÓDOT!

#### IV.2.2. A Patika Tükör magazinban megjelent cikk és hirdetés

47. A Patika Tükör magazinban 2017 augusztusában (XXIV. évfolyam) a következő cikk jelent meg olvasói levél formájában:

„Kedves Patika Tükör!

*Olyan kérdéssel fordulok Önökhöz, amit talán nem is egészségügyi „csak” esztétikai probléma. Nem ez az első nyár, hogy észreveszem, a hajam nem viseli jól a nyári időszakot. A nap intenzív hatása, a sós tenger vagy akár a strandok klóros vize is károsodásokat okoz a hajamban, töredezetté, szárazzá, fénytelené teszi, elveszti vitalitását, és nyugalmatlanná válik. Nagyon szeretnék tenni ellene, hogy ősszel se legyen csúnya a hajam!*

Köszönettel:

Csillag Flóra

*Kedves Flóra!*

*Nem csak a bőrünket, de a hajunkat is az évszaknak, az adott időjárási viszonyoknak megfelelően kell ápolnunk. A városban a pára és a por, a nyaralásnál a strandolás viseli meg a hajszálainkat. Nyáron, a nagy melegben nem nagyon tudunk mást tenni, mint hogy formában hozzuk magunkat, ezért akár minden nap újra és újra megmossuk a hajunkat, és naponta nyúzzuk hajszárítóval.*

*A hajunkkal kapcsolatban is jó tanács lehet, ha nem tartózkodunk, akkor a napon, amikor a legmagasabb az UV sugárzás, tehát 11 és 15 óra között. A haját nem lehet fényvédő krémekkel bekenni, ezért ajánlott kalapot, kendőt, sapkát választani, amit elviselünk magunkon.*

*Fontos az egészséges táplálkozás, ha sok friss zöldséget, gyümölcsöt eszünk, olajos magvakat rágcsálunk, akkor hajszerkezetünket belülről is megerősíthetjük, hiszen ellátjuk a szükséges vitaminokkal és ásványi anyagokkal.*

*Érdeemes megtalálnunk a számunkra legmegfelelőbb hajápolási szert is, ezekből ma már számos hatásos hajkozmetikumok kapható az üzletekben. Ezek hatóanyagaiknak*

*köszönhetően felfrissítik, védik és selymessé teszik a haját. A hajmosás utáni balzsamoknak, pakolásoknak revitalizáló hatásuk van, amelyek néhány perc alatt felszívódnak a hajban és kifejtik jótékony hatásukat. A frizura elkészítése előtt még a nedves hajra érdemes szárítást megkönnyítő fixálót tenni, amely mellett, hogy selymes fényt ad a hajnak, óvja is a forró hajszárítótól és könnyen fésülhetővé teszi.*

*Üdvözlettel: Patika Tükör csapata”*

48. A cikk alatt a következő ½ méretű hirdetés került megjelenítésre:<sup>46</sup>



## V.

### Bizonyítékok

#### V.1. A Parusan termékekkel kapcsolatos kampány fő ismérvei

49. A NATURPRODUKT Kft. előadása szerint a marketing céggel éves terv szerint dolgozik, az egyes kampányokhoz nem kapcsolódnak reklámügynökségi briefek.<sup>47</sup>
50. A kampány céljával kapcsolatban a NATURPRODUKT Kft. továbbá úgy nyilatkozott, hogy a kampány fő célja a termékek és azok fő tulajdonságának ismertetése, valamint a fogyasztók tájékoztatása arról, hogy a Parusan sampon és tonik termékek gyógyszertárakban érhetőek el – ezért is szerepelt a reklámban gyógyszerész. A televízió-reklám továbbá hangsúlyosan közvetítette a fogyasztók irányába, hogy a reklámozott termékek főleg hajhullás (stressz és hormonális változások) esetén nyújthat segítséget.<sup>48</sup>

<sup>46</sup> Eredetileg B/406-5/2018. számú irat A10\_5. Recept Nélkül elnevezésű melléklet (CD), átemelve a VJ/40-35/2018. számú irat 1. számú mellékleteként

<sup>47</sup> Eredetileg B/406-14/2018. számú irat 2. pont, átemelve a VJ/40-35/2018. számú irat 3. számú mellékleteként

<sup>48</sup> Eredetileg B/406-14/2018. számú irat 3. pont és 4. pont, átemelve a VJ/40-35/2018. számú irat 3. számú mellékleteként

51. A televízió-reklámok célcsoportja [ÜZLETI TITOK] köre volt.<sup>49</sup> [ÜZLETI TITOK]

## V.2. Az egészségre ható állításokkal kapcsolatos bizonyítékok

52. A NATURPRODUKT Kft. a Parusan termékekkel kapcsolatban több típusú iratot, nyilatkozatot, bizonyítékot nyújtott be. A benyújtott iratok egy része az 1223/2009/EK rendelet előírásaiból fakadóan kiállított, kiadott igazolás, céljuk tehát nem a termékek hatásosságának igazolása. A bizonyítékok egy másik, jelentős része olyan dokumentumokat takar, melyek az érintett termékek hatékonyságának alátámasztása érdekében kerültek a GVH-hoz benyújtásra.

### V.2.1. Az 1223/2009/EK rendelet előírásainak történő megfelelést igazoló dokumentumok

53. A NATURPRODUKT Kft. csatolta a Parusan samponnal és tonikkal kapcsolatban a Cosmetic Product Notification Portal (CPNP) nyilvántartásában szereplő adatokat tartalmazó dokumentumokat, melyek azt hivatottak igazolni, hogy a nevezett termékek kozmetikumokként kerültek notifikálásra.<sup>50</sup>

54. Csatolta továbbá a gyártó Dr. Theiss Naturwaren GmbH német nyelvű nyilatkozatát, miszerint a termékek az 1223/2009/EK rendelet érvényben lévő szabályainak megfelelnek, a rendeleti szabályok szerint a bejelentésük megtörtént.<sup>51</sup>

### V.2.2. A vizsgálattal érintett termék hatásosságával kapcsolatban rendelkezésre álló bizonyítékok

55. A NATURPRODUKT Kft. benyújtotta a gyártó 2017. február 8-i nyilatkozatát arról, miszerint a Parusan termékek együttes alkalmazás során csökkentik a hajhullást és támogatják a haj növekedési fázisát.<sup>52</sup> E körben az eljárás alá vontak közvetetten utaltak a termékek kozmetikai teszthez, melyet Németországban végeztek el. Ezek a tesztek, illetve eredményeik<sup>53</sup> ugyanakkor kizárólag arra vonatkoznak, hogy a Parusan termékek ártalmatlannak minősülnek-e a bőrirritáció szempontjából,<sup>54</sup> így ezek a jelen eljárás szempontjából nem relevánsak, ezért részletkebe menő ismertetésétől az eljáró versenytanács eltekint.<sup>55</sup> Szintén eltekintett az eljáró versenytanács a gyártó Dr. Theiss Naturwaren GmbH által kiadott, a termékek érzékszervi vizsgálatára, tisztaságára

<sup>49</sup> Eredetileg B/406-5/2018. számú irat A/4a és A/4b melléklet (Parusan TV megjelenések és költségek 2017.xlsx és Parusan TV megjelenések és költségek 2018.xlsx) Planning Target Group sorok szerint, átemelve a VJ/40-35/2018. számú irat 1. számú mellékleteként

<sup>50</sup> Eredetileg B/406-5/2018. számú irat A/1a és A/1b mellékletei (CD), átemelve a VJ/40-35/2018. számú irat 1. számú mellékleteként

<sup>51</sup> Eredetileg B/406-5/2018. számú irat A/2a és A/2b mellékletei (CD), átemelve a VJ/40-35/2018. számú irat 1. számú mellékleteként

<sup>52</sup> Eredetileg B/406-5/2018. számú irat A/13. számú melléklet (CD, magyar és angol nyelven), átemelve a VJ/40-35/2018. számú irat 1. számú mellékleteként

<sup>53</sup> Eredetileg B/406-14/2018. számú irat 1a, 1b és 1c mellékletei (CD), átemelve a VJ/40-35/2018. számú irat 3. számú mellékleteként

<sup>54</sup> Erre utal egyrészt a tesztek elnevezése („*Determination of irritating effects of the skin with an occlusive patch test*”), illetve a tesztek összegző értékelésében megfogalmazottak is („...*is to be classified as 'harmless' as regards the possibility of skin irritation*”).

<sup>55</sup> A B/406-14/2018. számú irat 1c melléklete kifejezetten annak igazolására szolgál, hogy a bőrirritáció vonatkozásában elvégzett tesztben alkalmazott termék azonos a Parusan stimuláló sampon nőknek és Parusan energizáló tonik nőknek elnevezésű termékekkel.



vonatkozó bizonyítvány ismertetésétől,<sup>56</sup> mely tartalmát tekintve a vizsgálat tárgya szempontjából nem bír jelentőséggel.

56. A gyártó Dr. Theiss Naturwaren GmbH ugyanakkor elvégeztetett a termékek hatásosságával kapcsolatban egy 6 hónapos időtartamú klinikai vizsgálatot.<sup>57</sup> A vizsgálatot Németországban a Dermatest GmbH végezte szakorvosok, illetve mérőműszer (ún. TrichoScan) segédletével, a kutatási összefoglaló [ÜZLETI TITOK] keltezésű.
57. [ÜZLETI TITOK]
58. [ÜZLETI TITOK] A TrichoScan készülék használati útmutatóját szintén csatolta a NATURPRODUKT Kft., működési mechanizmusának leírása mellett.<sup>58</sup>
59. A vizsgálattal érintett állítások kapcsán továbbá az eljárás alá vontak előadták, hogy az alkalmazott állítások részben az AnaGain<sup>TM</sup> összetevőhöz kapcsolódnak, részben egyéb összetevőkhöz, melyek mikro tápanyagként segítő hatással vagy a hajápolást szolgáló védőhatással rendelkeznek.
60. Az AnaGain<sup>TM</sup>-t a svájci székhelyű Mibelle Biochemistry gyártja. Az összetevő hatásai kapcsán a NATURPRODUKT Kft. illetve a Dr. Theiss Naturwaren GmbH csatolta a svájci gyártó cég 2014 szeptemberében kelt összefoglaló anyagát.<sup>59</sup>
61. A Mibelle Biochemistry anyaga szerint az AnaGain<sup>TM</sup> egy organikus zöldborsócsíra kivonat, mely a hajtüszőkben olyan jelátadó molekulákat aktivál, melyek a hajszálak növekedésének elindulásáért felelnek – mindez az összetevőt gyártó cég anyaga szerint a kiszakított hajtüszők DNS analizisének köszönhetően volt megállapítható. Az összetevővel kapcsolatban rögzítik, hogy enyhe és mérsékelt hajhullással rendelkező önkéntesekkel végzett három hónapos klinikai vizsgálat nyomán az alábbi eredményekre jutottak: az AnaGain<sup>TM</sup> képes csökkenteni a hajhullást, a növekedési fázisban lévő haj sűrűsége 8%-kal növekedett, a kihullási fázisban lévő haj sűrűsége 28%-kal csökkent. Összességében az anyag szerint a termék használata 4-ről 7,2-re növelte a hajnövekedési együtthatót (az aktív hajtüszők arányát), ami erős haj újránövekedési hatást jelez.
62. A Mibelle Biochemistry hivatkozott és csatolt anyaga az AnaGain<sup>TM</sup> hatásaival kapcsolatban az alábbi állításokat fogalmazza meg, melyet alkalmazhatónak lát:
- Stimulates hair growth at the root (Serkenti a haj növekedését a gyökérenél)
  - Prolongs the life cycle of hair (Meghosszabbítja a haj életciklusát)
  - Fully restores the vitality of the hair (Teljesen helyreállítja a haj vitalitását)
  - For denser hair in just 3 month (A sűrűbb hajért akár 3 hónapon belül).

---

<sup>56</sup> Eredetileg B/406-14/2018. számú irat 3a és 3b mellékletek (CD), átemelve a VJ/40-35/2018. számú irat 3. számú mellékleteként

<sup>57</sup> Eredetileg B/406-14/2018. számú irat 2a és 2b mellékletei (CD), átemelve a VJ/40-35/2018. számú irat 3. számú mellékleteként

<sup>58</sup> Eredetileg B/406-14/2018. számú irat 7e pont, illetve 6. számú melléklet (CD), átemelve a VJ/40-35/2018. számú irat 3. számú mellékleteként

<sup>59</sup> Eredetileg B/406-14/2018. számú irat 5. pont és 4a melléklet (CD), átemelve a VJ/40-35/2018. számú irat 3. számú mellékleteként

63. Az összetevőt gyártó cég az AnaGain™-t 2-4%-ban javasolja használni, megjegyezve, hogy amennyiben a termék hideg eljárással készül, az AnaGain™ beleoldandó a vizes fázisba, amennyiben hideg/meleg eljárással, akkor a hűtési fázisoknál adandó a termékhez 60°C alatt. Az összetevő stabilitását rövid ideig tartó 60°C hőmérséklet nem befolyásolja.
64. A Mibelle Biochemistry összefoglaló anyaga a főbb megállapításokon túl tartalmaz kettő, az AnaGain™ hatásaival kapcsolatos, méréseken alapuló kutatási anyagokról szóló összefoglalást. Az egyik kutatási anyag kifejezetten a haj DNS állományában az összetevő hatására bekövetkező változásokat taglalja, e szerint a vizsgálatot 10 önkéntesen DNS mikrorész vizsgálattal végezték el, melynek során az önkéntesek 14 napig 2%-os koncentrációjú AnaGain™ gélt használtak. Az eredmény szerint a haj kihullási fázisát rövidítő fehérje (noggin) expressziója 85%-kal emelkedett, egy másik – növekedési faktor – fehérje expressziója 56%-kal, tehát képes stimulálni a haj növekedési fázisát. A második kutatási anyag a hajnövekedés, hajsűrűség változására vonatkozott, amelyben 20 fő vett részt, zömmel nők, a résztvevők enyhe vagy mérsékelt hajhullásban szenvedtek (tehát a kihullási fázisban lévő haj aránya elérte vagy meghaladta nőknél a 15%-ot, férfiaknál a 20%-ot), akik 4%-os koncentrációjú AnaGain™ gélt használtak 3 hónapon keresztül napi kétszer. Az eredmények szerint az AnaGain™ 3 hónap használat után jelentősen csökkentette a kihulló fázisban lévő haj arányát, és növelte a növekedési fázisban lévő haj arányát.
65. A NATURPRODUKT Kft. az AnaGain™ összetevővel kapcsolatban becsatolt továbbá angol nyelvű publikációkat – összesen 3 anyagot<sup>60</sup> –, melyek előadása szerint a területen kiemelkedő jelentőségű SÖFW Journal-ban kerültek publikálásra.
- A The FGF7 and Nogging Genes are Key Targets to Treat Hair Loss* című munkát D. Schmidt, E. Belser és F. Züllli jegyzi, akik a Mibelle Biochemistry munkatársai. A cikk valóban a SÖFW Journal elnevezésű lapban (9-2013) jelent meg, tartalmát tekintve ugyanazt a kutatást ismerteti, mint a gyártói brosúra, némileg részletesebben. Az SÖFW Journal saját meghatározása szerint kereskedelmi folyóirat, ugyanakkor manapság a kozmetikai iparban a K&F egyik legfontosabb információforrásává vált.
  - A natural anti-hair loss active* című cikk A Guide of cosmetic ingredients című lapban jelent meg 2013-ban, a cikket szintén a Mibelle Biochemistry munkatársai (D. Schmidt, E. Belser és F. Züllli) jegyzi. Tartalmát tekintve ugyanazt a kutatást ismerteti, mint a gyártói brosúra, némileg részletesebben.
  - Hair Growth Stimulated By Pea Spout Extract* című cikk a Personal Care Magazine online felületén jelent meg.
66. A NATURPRODUKT Kft. továbbította a gyártó Dr. Theiss Naturwaren GmbH nyilatkozatát, amely szerint a Parusan termékek (mind a sampon, mind a tonik) a Mibelle Biochemistry által javasolt [ÜZLETI TITOK] koncentrációban tartalmazzák az AnaGain™ elnevezésű összetevőt.<sup>61</sup> Ezzel ellentétben a Dr. Theiss Naturwaren GmbH később egy

<sup>60</sup> Eredetileg B/406-14/2018. számú irat 7.c kérdésre adott válasz és kapcsolódó 5a, 5b és 5c mellékletek (CD), átemelve a VJ/40-35/2018. számú irat 3. számú mellékleteként

<sup>61</sup> Eredetileg B/406-14/2018. számú irat 5. kérdésre adott válasz (7. oldal), átemelve a VJ/40-35/2018. számú irat 3. számú mellékleteként

olyan, összetevőket és azok arányát tartalmazó táblázatot csatolt,<sup>62</sup> amely a zöldborsócsíra kivonat mennyiségére vonatkozóan [ÜZLETI TITOK] koncentrációt jelölt meg. Utóbb a Dr. Theiss Naturwaren GmbH az adatok közötti eltérést azzal magyarázta, hogy a táblázatban megadott adat nem a kivonatra, hanem a termékekben megtalálható zöldborsócsíra szárazanyag tartalomra utalt, ez azonban téves értelmezésre adhat okot, mivel az AnaGain<sup>TM</sup> összetevő vizes oldatot jelent, amelyben a víz nem, mint hígító anyag, hanem mint extraháló szer<sup>63</sup> van jelen, így helyesen a vizes oldat tekintendő hatásos összetevőnek. Annak alátámasztására, hogy az AnaGain<sup>TM</sup> összetevő [ÜZLETI TITOK] koncentrációban van jelen a termékekben, csatolt egy 2017. évi, egy 2018. évi és két 2020. évi mérési jegyzőkönyvet, amelyek a gyártási folyamat során felhasznált anyagok mennyiségét igazolják, s amelyek szerint az AnaGain<sup>TM</sup> tömege a gyártási alapanyagok teljes tömegéhez viszonyítva [ÜZLETI TITOK] arányt képvisel.<sup>64</sup> Az eljáró versenytanács felhívására további 22 db, a 2017-2020 közötti időszakban gyártott tételekre vonatkozó, a gyártási folyamat során készült mérési jegyzőkönyvet is benyújtott, melyek mindegyike ugyancsak [ÜZLETI TITOK] AnaGain arányt mutatott.<sup>65</sup> Végezetül, csatolta<sup>66</sup> a 1223/2009/EK rendelet I. melléklete szerinti – a 10. cikk (1) bekezdése értelmében a forgalomba hozatalt megelőzően elkészítendő – biztonsági jelentés részét képező, a kozmetikai termék minőségi és mennyiségi összetételét tartalmazó táblázatokat, melyek tanúsága szerint a termékek AnaGain tartalma [ÜZLETI TITOK], azon belül a zöldborsócsíra kivonat [ÜZLETI TITOK] képvisel (ekként a termékek zöldborsócsíra kivonat tartalma [ÜZLETI TITOK]).

67. A NATURPRODUKT Kft. illetve a Dr. Theiss Naturwaren GmbH nyilatkozata szerint a termék az AnaGain<sup>TM</sup> összetevőn túl egyéb olyan mikro tápanyagokat és összetevőket is tartalmaz, melyek a haj növekedését segítik.<sup>67</sup> E körben kiemelte például a pantenolt, illetve azzal kapcsolatban csatolt egy adatlapot,<sup>68</sup> mely a pantenol kozmetikai eszközben található hatékonyságának kiértékeléséről szól, és a Lebensmittelchemische Gesellschaft állította ki. Az adatlap szerint a pantenol az alábbi, szakirodalom által is dokumentált hatásokkal rendelkezik:

Hatás	Tartalom
Hajápolás (kumulatív hatás)	5%-ig
- javítja a nedvességtartási képességét, fényességet, rugalmasságot és teltséget kölcsönöz a hajnak	0,1 - 0,5%
- javítja a sérült haj állapotát	
- javítja a fésülhetőséget, „töredezés gátló” hatású, hajvastagító hatással rendelkezik	5%-ig
	0,3%

<sup>62</sup> VJ/40-80/2018.

<sup>63</sup> Az extraháló szer a kivonni kívánt hatóanyagok egy szelektív oldószere, amely a hatóanyagot sokkal jobban oldja, mint az a folyadék, amelyben eredetileg oldott állapotban van a kivonni kívánt anyag.

<sup>64</sup> VJ/40-172/2018.

<sup>65</sup> VJ/40-183/2018.

<sup>66</sup> VJ/40-187/2018.

<sup>67</sup> Eredetileg B/406-14/2018. számú irat 7.b pont, átemelve a VJ/40-35/2018. számú irat 3. számú mellékleteként

<sup>68</sup> Eredetileg B/406-14/2018. számú irat 4b és 4c mellékletei (CD), átemelve a VJ/40-35/2018. számú irat 3. számú mellékleteként

Hatás	Tartalom
- a hajgyökéren keresztül behatol a hajszáliba, és ott vitaminhatású pantoténsavvá alakul (provitamin funkció)	D-pantenol

68. Alkalmazási koncentráció tekintetében sampon esetén 0,1-5% javasolt, fennhagyható kondicionáló esetén 0,1-0,5% javasolt a csatolt anyag szerint.

### V.3. Az Országos Gyógyszerészeti és Élelmezés-egészségügyi Intézet szakvéleménye

69. Annak eldöntése érdekében, hogy a becsatolt szakmai anyagok megfelelően képesek-e alátámasztani a NATURPRODUKT Kft. által a Parusan termékek népszerűsítésére használt állítások alkalmazását, a GVH az Országos Gyógyszerészeti és Élelmezés-egészségügyi Intézetet (a továbbiakban: OGYÉI) szakértőként rendelte ki. Az eljárás alá vont NATURPRODUKT Kft. a szakvéleménybe még a vizsgálói szakban betekintett.

70. Szakértői véleményében<sup>69</sup> egyrészt az OGYÉI aláhúzta, hogy az átadott dokumentumok szakmai értékelésén alapul a szakértői véleménye, az 1223/2009/EK és a 655/2013/EU rendeletek előírásainak figyelembe vételével. Kizárólag azon cikkek<sup>70</sup> figyelembe vételét mellőzte, melyek álláspontja szerint a számára feltett kérdések szempontjából releváns részt nem tartalmaztak. Másrészt aláhúzta, hogy a Parusan termékekkel kapcsolatban alkalmazott állításokat kategorizálta, tekintve, hogy több állítás azonos tartalommal, ugyanakkor eltérő megfogalmazásban, szövegkörnyezetben többször ismétlődött, mely állítások álláspontja szerint a fogyasztók számára is ugyanazt a jelentést sugallják. A kategorizált állítások (tartalmukat tekintve) az alábbiak voltak:

- A) *„A stressz és a hormonváltozás a nőknél gyakran okoz hajritkulást.”*
- B) *„Stimuláló hatás a haj gyökeréig.”*
- C) *„Hajritkulás, diffúz hajhullás esetén a növényi kivonatok speciális kombinációjának segítségével serkenti a fejbőr vérkeringését, javítja a fejbőr tápanyaggal történő ellátását.”*
- D) *„Erősíti a hajszállakat.”*
- E) *„Csökkenti a hajhullást.”*
- F) *„Csökkenti a hajhullást és stimulálja a haj növekedési fázisát.”*
- G) *„Ápolja és tápanyagokkal látja el a haját.”*
- H) *„A kiváló hajtápláló összetevők (Biotin, L-arginin, E-vitamin, Panthenol) mellett további növényi kivonatok speciális kombinációját is tartalmazzák, amelyek támogatják a természetes fő hatóanyag hajhullást csökkentő és a haj növekedését serkentő hatását.”*
- I) *„Olyan tápanyag koncentrátumot tartalmaz, mely a fejbőrt a haj gyökeréig célzottan látja el koncentrált tápanyagokkal.”*
- J) *„A hajhullás mérséklődése és a Parusan termékcsalád között viszont vizsgálatokkal igazolt a kapcsolat.”*

<sup>69</sup> VJ/40-111/2018. számú irat

<sup>70</sup> VJ/40-60/2018. számú irat csatolt mellékletei

71. Az OGYÉI a „*Vess véget a hajhullásnak!*”, „*Nincs több hajhullás*” állításokat olyan túlzó, hiperbolikus állításoknak tekintette, melyeket a 655/2013/EU rendelet mellékletének 3.5. pontjában foglalt közös feltétel szerint nem kell bizonyítani.
72. Az A) jelű állítások (stressz és hormonváltozás valamint hajhullás összefüggése) kapcsán a szakértő kifejtette, hogy egyértelműen ismert és igazolt a bőrgyógyászati irodalomból a diffúz hajhullás és a hormonváltozás közötti összefüggés, valamint, hogy a stressz károsan hat a hajtüszők ciklikus működésére, idő előtti diffúz hajhullást okozva. Az állítás tehát a szakértői vélemény szerint hitelesen igazolt.
73. A B) állításcsoport (stimuláló hatás) kapcsán a csatolt dokumentumok elviekben alkalmasak lehetnek a jelölt állítás alátámasztására. A szakvéleményében ugyanakkor a szakértő rámutatott arra, hogy bár a TrichoScan vizsgálat nemzetközileg elfogadott, megbízható módszer hajsűrűség vizsgálathoz, a konkrét esetben több probléma is azonosítható a kivitelezéssel és értékeléssel kapcsolatban. Így pl. gyengítheti a megbízhatóságot a férfiak tesztelésbe való bevonása, ugyanis az androgén hajhullással küzdők magas aránya a mintában (miközben az állítások a diffúz hajhullásra vonatkozóan kerültek megfogalmazásra), a hatóanyag tartalmú készítmények kizárására vonatkozó korlátozás viszonylag rövid időtartama. A szakorvos emellett az eredmények szignifikanciáját sem értékeli (figyelemmel a kisszámú tesztalanyra), illetve nem elemzi, hogy az eredmények és a készítmény alkalmazása között fennáll-e ok-okozati kapcsolat. Emellett a szakértő szerint „*az objektív vizsgálat nem bizonyítja a hatóanyagok eljutását a hajgyökérig, felszívódásuk csak valószínűsíthető a javulást mutató hajsűrűségi paraméterből, növekedési fázisú hajakarányból következtetve.*”<sup>71</sup> Az állítás a tudomány mai állása szerint ugyanakkor bizonyítható lenne.
74. A C) és D) állítások (növényi kivonatok speciális kombinációja serkenti a vérkeringést és a tápanyag-ellátottságot; hajsálak erősítése) kapcsán a szakértő kifejtette, hogy a csatolt dokumentumok az állításokat nem bizonyítják hitelesen, noha az a tudomány mai állása szerint bizonyítható lenne. A dokumentáció ugyanis nem tartalmaz arra vonatkozó információkat, hogy a különféle hatóanyagok milyen funkciót látnak el és milyen koncentrációban vannak jelen, illetve mennyiségük hogyan viszonyul az adott hatóanyag tekintetében hatásosnak tekintett mennyiséghez.
75. Az E) és F) állításcsoporttal (hajhullás csökkentése; hajnövekedés stimulálása) kapcsolatban az OGYÉI szintén kifejtette, hogy a csatolt és vizsgált dokumentumok elviekben alkalmasak lehetnek az állítások alátámasztására.<sup>72</sup> Ugyanakkor aláhúzta, hogy „*kétségtelen tény, hogy a TrichoScan vizsgálat adatai javuló hajsűrűséget, és növekedési fázisú hajakarányt, csökkenő nyugalmi hajakarányt jeleznek, de a tesztalanyok kiválasztására tett megjegyzéseink, valamint a szakorvosi vélemény feltárt hiányosságai miatt*<sup>73</sup> hitelesen nem bizonyított, hogy a hatás egyértelműen a termékek használatával függ össze. Lényegesen nagyobb számú, célzottan kiválasztott tesztalany TrichoScan vizsgálati

<sup>71</sup> VJ/40-111/2018. számú irat 4. oldal alja, kiemelve a szakértő által.

<sup>72</sup> VJ/40-111/2018. számú irat 2. oldal

<sup>73</sup> Ld. a 73. pontban írtakat.

*eredményéből lehet megalapozottan következtetni a termékek hajhullást csökkentő hatására.*<sup>74</sup>

76. A G), H) és I) állításcsoporttal (haj tápanyagellátása; hajtápláló összetevők támogatják a hajhullás csökkentését és a hajnövekedés serkentését; koncentrált tápanyagokkal való ellátás a hajgyökérig) kapcsolatban az OGYÉI megállapította, hogy azok a tudomány mai állása szerint bizonyíthatóak lennének, a csatolt anyagok alapján azonban hitelesen nem bizonyítottak. A dokumentáció ugyanis nem tartalmaz arra vonatkozó információkat, hogy a különféle hatóanyagok milyen funkciót látnak el és milyen koncentrációban vannak jelen, illetve mennyiségük hogyan viszonyul az adott hatóanyag tekintetében hatásosnak tekintett mennyiséghez.
77. A J) állításcsoporttal (hajhullás mérséklődése és a Parusan között vizsgálatokkal igazolt a kapcsolat) kapcsolatban az OGYÉI megállapította, hogy az *„részben igaz, de a szakorvos egyértelmű következtetése nélkül igazoltsága nem megítélhető”*.
78. Az OGYÉI-nek a szakértői véleményében arra a kérdésre is választ kellett adnia, hogy a Parusan termékek az összetevőiket – különös tekintettel az AnaGain™ elnevezésű összetevőre – az állítások alátámasztásához megfelelő mértékben tartalmazzák-e. Válaszában az OGYÉI kifejtette, hogy az egyes hatóanyagokhoz a dokumentációban nincs konkrét funkció rendelve, amelytől függ/függhet a hatásos mennyiség. A Biotin példáját hozta fel, melynek hatásos mennyisége a bőr/fejbőr vízvesztésének csökkentéséhez, mikrocirkuláció fokozásához 2-5%, ugyanakkor a termék azt mindösszesen 0,001%-ban tartalmazza. Összefoglalóan megállapította az OGYÉI, hogy az általa bemutatott hiányosságokra tekintettel a dokumentáció nem ad választ arra, hogy a hajhullás csökkentése szempontjából alapvetően fontos funkciók – mint a tápanyag, vitamin, nyomelem biztosítás, hajszerkezet erősítés, haj szárazság, töredezettség megakadályozás, mikrocirkuláció fokozás – ellátásához a termékek megfelelő mennyiségben tartalmazzák-e a hatóanyagokat, és amelyet a gyártónak a forgalomba hozatal megelőzően kellene bizonyítani a biztonsági értékelésben.
79. Ami az AnaGain™ nevű fő hatóanyagot illeti, az OGYÉI szakvéleménye szerint a csatolt anyag, a Mibelle Biochemistry GROUP termékspecifikációja *„kétséget kizáróan igazolja, hogy az AnaGain™ aktiválja a hajtüsző hajnövekedéséért felelős sejteit, serkenti a haj növekedését, meghosszabbítja a növekedési fázist ezáltal csökkenti a hajhullást az ajánlott 2-4% alkalmazási koncentrációnál.”* Az OGYÉI megállapította továbbá, hogy az AnaGain™ – a receptúra szerint – mindösszesen [ÜZLETI TITOK] koncentrációban van a termékben, így véleménye szerint a *„hatásos [ÜZLETI TITOK] és a termékben lévő [ÜZLETI TITOK] mennyiségek közötti jelentős különbség miatt nem valószínűsíthető, hogy a termékek használatánál érvényesül a fő hatóanyag hajhullást mérséklő hatása.”* Aláhúzta továbbá, hogy a dokumentációból nem megállapítható, hogy mire vezethető vissza, hogy míg a termékek receptúrájában az AnaGain™ [ÜZLETI TITOK] koncentrációval szerepel, addig a NATURPRODUKT Kft. 2018. szeptember 17-én kelt nyilatkozatában [ÜZLETI TITOK]-os koncentrációt jelöl.<sup>75</sup>

<sup>74</sup> VJ/40-111/2018. számú irat 5. oldal

<sup>75</sup> Lásd eredetileg B/406-14/2018. számú irat, átemelve a VJ/40-35/2018. számú irat 3. számú mellékleteként

80. A Dr. Theiss Naturwaren GmbH által benyújtott, a termékek [ÜZLETI TITOK] AnaGain™ tartalmára utaló bizonyítékok és magyarázat kapcsán az eljáró versenytanács felkérte az OGYÉI-t a szakvélemény kiegészítésére, és annak értékelésére, hogy (i) az új bizonyítékok fényében megalapozott következtetés vonható-e le arra vonatkozóan, hogy mi okozhatta az összetevők mennyiségét illető ellentmondást, (ii) kijelenthető-e, hogy a termékek a hatóanyag gyártója által ajánlott mennyiségben tartalmazzák az AnaGain összetevőt, továbbá (iii) a fentiek mennyiben módosítják a szakvéleményben értékelt állítások, állításcsoportok igazoltságát, bizonyítottságát.<sup>76</sup>
81. Válaszában<sup>77</sup> az OGYÉI kifejtette, hogy a pótlólagosan benyújtott bizonyítékok sem alkalmasak az összetevők mennyiségét illetően azonosított ellentmondás tisztázására, mivel az utóbb benyújtott „receptúra igazolás” nem a korábbi összetevő-táblázathoz kapcsolódik, a mérési jegyzőkönyvek pedig konkrét gyártási tételekre vonatkoznak, így nem zárható ki, hogy különböző időpontokban eltérő lehetett az összetétel. Ráadásul a mérési jegyzőkönyvekben az összetevők kereskedelmi megnevezése szerepel, míg az összetevő-táblázatban a hivatalos (INCI) elnevezések vannak feltüntetve. Ez utóbbival kapcsolatban az OGYÉI azt is megjegyezte, hogy az INCI elnevezés zöldborsócsíra kivonatot, azaz vizes oldatot takar (Pisum Sativum [Pea] Sprout Extract), így megkérdőjelezhető a Dr. Theiss Naturwaren GmbH azon állítása, hogy ezen a soron az összetevő-táblázatban csak a szárazanyag tartalom került feltüntetésre, és ez okozta az adatok közötti ellentmondást. Tekintettel arra, hogy az AnaGain mennyiségét illetően az OGYÉI szerint továbbra sem tekinthető bizonyítottnak a szükséges mértékű koncentráció, és a további csatolt dokumentumok csak az AnaGain hatóanyagra fókuszálnak, illetve más termékekre vonatkozó kutatásokat ismertetnek, amelyek Parusan szempontjából való relevanciáját nem támasztják alá, az OGYÉI a kereskedelmi kommunikációkban alkalmazott állítások igazoltságával kapcsolatos korábbi szakvéleményét változatlan formában fenntartotta.

#### **V.4. A patikai lapok szerkesztésével kapcsolatos információk**

##### V.4.1. A Patika Tükör magazin szerkesztési elvei, kapcsolódó bizonyítékok

82. A Patika Tükör magazint a német nyelvterületen ismert Apotheke Umschau mintájára hozták létre, annak etikai normái szerint működik. Így például a lap főszerkesztője gyógyszerész végzettségű személy lehet csak, illetve a megjelenő szakmai cikkeket megjelenés előtt lektoráltatni kell az adott téma szakértőjével, a lapban a hirdetések mennyisége nem haladhatja meg a terjedelem 50%-át.
83. A PATIKA TÜKÖR Kft. álláspontja szerint éppen a fenti elvek biztosítják, hogy egy-egy reklám mellé nem írhatnak jelöletlen anyagot. Ha a hirdető kérésére készítenek cikket, azt is szakértővel egyeztetve készítik el.
84. A Patika Tükör magazin szerkesztése során 3 havi laptervvel dolgoznak, partnereiknek általában egy-két havi tervet küldenek meg előre, a kampányok ad hoc időzítése miatt álláspontja szerint nincs értelme nagyobb intervallumnak. Előadása szerint a közelebbi lapszámok tervei részletesebbek, a cikkek nagy része valamilyen előrehaladott szerkesztési fázisban van már, a partnereknek megküldött anyagokhoz csatolják továbbá a

---

<sup>76</sup> VJ/40-174/2018.

<sup>77</sup> VJ/40-177/2018.

Marketingpirula/Pirulatrend következő laptervét is, hogy partnereik a kampány során a szakmát is elérjék, ne csak az olvasókat a populáris adatokkal.

85. A 2017/8. lapszámmal kapcsolatban a becsatolt lapszerkesztési terv szerint a hirdetéssel érintett cikknek 2017. július 7-éig kellett elkészülnie.<sup>78</sup> A hirdetési igazgató a NATURPRODUKT Kft.-nek 2017. július 11-én e-mailben küldte meg a Patika Tükör magazin 2017/8. és 2017/9. lapszámainak, valamint a Pirulatrend 2017/7. lapszámának a tervét.<sup>79</sup> [ÜZLETI TITOK]
86. A NATURPRODUKT Kft. a megrendelőt 2017. július 17-én juttatta el a PATIKA TÜKÖR Kft. részére.<sup>80</sup> A megrendelő tanúsága szerint a NATURPRODUKT Kft. 2 db ½ oldalas direkt hirdetést rendelt meg, [ÜZLETI TITOK]. A hirdetések listaára 690.000 Ft/db a nyilvános médiaajánló szerint,<sup>81</sup> [ÜZLETI TITOK].<sup>82</sup>
87. Az olvasói levéllel kapcsolatban a PATIKA TÜKÖR Kft. kifejtette, hogy az egy kedvelt publicisztikai műfaj, ahhoz hasonlította, mikor Bálint gazda a „húgával” levelezett többeket érintő kertészeti kérdésekről.<sup>83</sup>
88. Az érintett cikk a PATIKA TÜKÖR Kft. szerint csak általánosságban szólt a hajápolásról, a cikk alatt megjelenő termékkel, hajhullással nem volt közvetlen kapcsolata.
89. A megjelent hirdetés és a felette elhelyezkedő cikk kapcsán a NATURPRODUKT Kft. is csatolta a nála elérhető elektronikus levelezések másolatát.<sup>84</sup> A csatolt levelezések alapján időrendi sorrendet tekintve az alábbi tények és körülmények állapíthatóak meg:

[ÜZLETI TITOK]

#### V.4.2. A Recept Nélkül magazin szerkesztési elvei, kapcsolódó bizonyítékok

90. A Medicnet Media Kft. a Recept Nélkül magazin szerkesztési elveivel kapcsolatban semmilyen konkrét körülményt nem adott elő.<sup>85</sup> A csatolt számla alapján mindösszesen az látszik, hogy a NATURPRODUKT Kft. – többek között – egy ¼ oldal terjedelmű hirdetés megjelenéséért fizetett.
91. A Medicnet Media Kft. a vizsgálattal érintett hirdetés kapcsán annyit adott elő, hogy a felek között keretszerződés volt érvényben, a hirdetést 2017 februárjában juttatta el e-mailen a szerkesztőségnek a NATURPRODUKT Kft., az e-maileket a szerkesztőség nem őrzi meg hosszú távon. Nyilatkozata szerint a NATURPRODUKT Kft. más kommunikációs anyagot nem juttatott el a szerkesztőség részére.<sup>86</sup>

<sup>78</sup> VJ/40-24/2018. számú irat 1. számú melléklet

<sup>79</sup> VJ/40-24/2018. számú irat 2. számú melléklet

<sup>80</sup> VJ/40-18/2018. számú irat 1/b. számú melléklet

<sup>81</sup> VJ/40-18/2018. számú irat 3. számú melléklet

<sup>82</sup> VJ/40-18/2018. számú irat 1/b. számú melléklet

<sup>83</sup> VJ/40-24/2018. számú irat 3. pont

<sup>84</sup> VJ/40-80/2018. számú irat 3. számú melléklet 34-38. számú elektronikus iratok (e-mailek)

<sup>85</sup> VJ/40-19/2018. számú irat

<sup>86</sup> VJ/40-26/2018. számú irat



92. A megjelent hirdetés és a felette elhelyezkedő cikk kapcsán a NATURPRODUKT Kft. csatolta a nála elérhető elektronikus levelezések másolatát.<sup>87</sup> A csatolt levelezések alapján időrendi sorrendet tekintve az alábbi tények és körülmények állapíthatók meg:

[ÜZLETI TITOK]

## VI.

### Az eljárás alá vont vállalkozások álláspontja

#### VI.1. A NATURPRODUKT Kft. és a Dr. Theiss Naturwaren GmbH eljárással kapcsolatos álláspontja<sup>88</sup>

##### VI.1.1. A NATURPRODUKT Kft. alkalmazott állításokkal kapcsolatos álláspontja

93. A kifogásolt állítások valóságtartalmával kapcsolatban előadta, hogy azokat a gyártó tudományosan alá tudja támasztani, melynek igazolására a termékeket érintő vizsgálatokról a gyártói nyilatkozatokat csatolta. Így meglátása szerint a fogyasztók megtévesztése kizárt, melyre tekintettel határozott álláspontja, hogy a NATURPRODUKT Kft. az Fttv. vagy egyéb jogszabály megsértését nem valósította meg.<sup>89</sup>

94. Későbbi beadványában<sup>90</sup> ismételten aláhúzta, hogy álláspontja szerint a csatolt anyagok, szakorvosi, dermatológiai szakvélemény alapján megállapítható, hogy a kommunikációs anyagokban megjelent állításokat jogszerűen és megalapozottan használta. A szakvéleményekkel kapcsolatban előadta, hogy azok egyértelműen alátámasztják, hogy a hajsűrűség, az anagén és telogén haj aránya számottevően változott. Így igazolva látja, hogy a termékek valóban hatásosak, azok csökkentik a hajhullást, erősítik a hajszálakat. Részletekbe menően ismertette, hogy a termék használata során a telogén fázisban kapott mutatók álláspontja szerint azt is képesek igazolni, hogy a termékek használata következtében csökken az elhaló félben lévő hajszálak aránya, tehát a termékek csökkentik a hajhullást. Következtetése szerint továbbá, mivel az anagén fázisban, azaz a haj növekedési fázisában a klinikai vizsgálatok alapján pozitív változás volt tapasztalható, a termékek ténylegesen stimulálják a haj növekedését. Ez a stimuláció véleménye szerint nem következne be, ha a termék hatóanyaga nem szívódna be a haj gyökerébe a fejbőrrel való érintkezés során.

95. Aláhúzta, hogy a termékek a közismert bőr, illetve hajápoló összetevőkön kívül (biotin, L-Arginin, E vitamin) számos gyógynövény kivonatot is tartalmaznak, amelyek a fejbőrrel érintkezve felszívódnak, ezáltal segítve a fejbőr tápanyaggal való ellátását, melynek alátámasztására vonatkozó szakirodalmat, kutatási anyagokat csatolta.

##### VI.1.2. A NATURPRODUKT Kft. szerkesztői tartalomnak álcázott reklám kapcsán kifejtett álláspontja

96. A szerkesztői tartalomnak álcázott reklám kapcsán előadta, hogy mind a Patika Tükör című lapban, mind a Recept Nélkül magazinban kifejezetten direkt hirdetés megjelenését rendelte

<sup>87</sup> VJ/40-80/2018. számú irat 4. számú melléklet

<sup>88</sup> VJ/40-35/2018. számú feljegyzés mellékleteként átemelt B/406-5/2018. számú irat, VJ/40-4/2018. számú irat

<sup>89</sup> Eredetileg B/406-5/2018. számú irat 17. pont, átemelve a VJ/40-35/2018. számú irat 1. számú mellékleteként

<sup>90</sup> VJ/40-4/2018. számú irat 8. pont I. alpont

meg, semmilyen egyéb tartalom megjelenéséért ellenszolgáltatást nem adott és egyéb tartalom megjelenéséhez semmilyen további információt, adatot nem biztosított, egyéb tartalom kialakításában, megszövegezésében nem vett részt.<sup>91</sup> Állítása alátámasztása érdekében a megrendelőket csatolta.

97. A cikkek által használt képi és színvilággal kapcsolatban általában kiemelte, hogy azok, az elválasztást szolgáló éles vonallal együtt álláspontja szerint jól észlelhető elkülönülést biztosítanak a hirdetés felett megjelenő szerkesztői tartalomtól, ezáltal is biztosítva a jogszabályi megfelelést. Álláspontja szerint a hirdetés – megjelenésére, képi és színvilágára, valamint tartalmára figyelemmel – egyértelműen reklámként azonosítható az olvasók számára, a reklám jelleg számukra a hirdetés kapcsán nyilvánvalóan kitűnhetett. Kiemelte továbbá, hogy a hirdetések és a szerkesztői tartalmak elválasztása az egész piacon azonos jelleggel történik, mely szintén segítette, hogy a fogyasztók azonosítani tudják a reklámot. Így véleménye szerint a fizetett reklám megjelenések kapcsán az átlagosan tájékozottan eljáró fogyasztóban fel sem merült, hogy azok szerkesztői tartalmak lennének, így a megjelenés semmilyen formában nem tekinthető szerkesztői tartalomnak álcázott reklámnak.<sup>92</sup>
98. A Recept Nélkül magazinban megjelent cikkel kapcsolatban előadta, hogy a megrendelt ¼ oldalas hirdetés jól láthatóan és jól észlelhetően elkülönült a felette megjelent cikktől, ezt az elkülönülést jelezte álláspontja szerint az elválasztó vonal, és a hirdetés körüli keret is. Véleménye szerint az elhelyezett cikk tartalmát tekintve független információkat tartalmazott, és még csak nem is utalt arra, hogy a hajhullásra érdemes lehet speciális kozmetikumokat alkalmazni. Éppen ellenkezőleg, a cikk kifejezetten arról szólt, hogy a hajhullás bizonyos mértékig természetes jelenség. A Patika Tükör című lapban megjelent ½ oldalas hirdetése felett található cikk tartalma álláspontja szerint szintén független volt a NATURPRODUKT Kft. hirdetésétől, mivel az elsődlegesen az egyes ruhadarabok nyújtotta védelemre, másodlagosan a táplálkozásban rejlő, hajra pozitív hatással lévő lehetőségekre hívta fel az olvasók figyelmét. A cikk továbbá, csak a piacon fellelhető termékkategóriákat említi, azonban a megjelölt kategóriákba a NATURPRODUKT Kft. által hirdetett kozmetikumok nem sorolhatóak be.<sup>93</sup>

### VI.1.3. A Dr. Theiss Naturwaren GmbH eljárással kapcsolatos álláspontja

99. Álláspontja szerint a NATURPRODUKT Kft. révén korábban már benyújtotta a független bőrgyógyász szakorvos által készített szakvéleményt, mely alátámasztja az eljárás tárgyát képező kommunikációs anyagokban szerepeltetett állítások jogszerű használatát. Csatolásra kerültek továbbá vizsgálati dokumentumok, kapcsolódó összefoglaló anyagok is, melyek szintén független szervezet által kerültek kiadásra.<sup>94</sup>

100. [ÜZLETI TITOK]

101. [ÜZLETI TITOK]<sup>95</sup>

---

<sup>91</sup> VJ/40-5/2018. számú irat 8. pont III. alpont

<sup>92</sup> VJ/40-5/2018. számú irat 8. pont III. alpont

<sup>93</sup> VJ/40-5/2018. számú irat 8. pont III. alpont

<sup>94</sup> VJ/40-101/2018. számú irat 10. pont

<sup>95</sup> VJ/40-101/2018. számú irat 2. pont

102. Nyilatkozata szerint a NATURPRODUKT Kft. tudomása szerint a termékeken nem módosított. Előadta továbbá, hogy az érintett kampányhoz tartozó valamennyi termék, alkotó elem és kreatív anyag – megjelenés előtt – belső ellenőrzésen estek át.<sup>96</sup>

VI.1.4. Az előzetes álláspontra tett (közös) észrevételek<sup>97</sup>

103. A NATURPRODUKT Kft. és a Dr. Theiss Naturwaren GmbH az eljáró versenytanács előzetes álláspontját követően elsődlegesen kérték az eljárás jogsértés hiányában történő megszüntetését, másodlagosan a bírság mellőzését, harmadlagosan pedig a bírság összegének (jelentős mértékű) csökkentését.

104. Ennek indokolására előadták, hogy mindkét társaság számára fontos a jogszabályi előírások betartása, és különös figyelmet fordítanak arra, hogy tevékenységüket a jogszabályi keretek között és a fogyasztók jogainak tiszteletben tartása mellett végezzék. Ennek érdekében a tárgyi eljárással érintett reklámok elkészítése, közzététele, sőt, a termékek kialakítása, előállításakor is több olyan eljárási lépés került beépítésre a belső folyamatokba, amely az előírások teljesülését szolgálta. Ilyen például a német technológia és német gyártási folyamat világszerte ismert kiemelkedő, magas minősége, precizitása, szabályszerűsége, a legjobb alapanyagok felhasználása, a maximális minőségbiztosítás, a nemzetközi sztenderdeknek való minden irányú megfelelés. Hivatkozott arra, hogy az eljárásban korábban csatolt dokumentumok egyértelműen bizonyítják, hogy a termékeknek semmilyen káros mellékhatása nincsen. A maximális megfelelési erőfeszítéseiknek köszönhetően sem a NATURPRODUKT Kft.-vel, sem pedig a Dr. Theiss Naturwaren GmbH-val szemben mindezidáig nem született elmarasztaló határozat, bírság sem Magyarországon, sem pedig az Európai Unió más országaiban, holott a Dr. Theiss Naturwaren GmbH által forgalmazott termékeket a hatóságok rendszeresen ellenőrzik.

105. A megfelelési szándék legfőbb bizonyítéka, hogy a gyártó cég az állítások megfelelő alátámasztására egy kutatást is elvégeztetett. Az a körülmény, hogy maga a kutatás a GVH megítélése szerint esetlegesen nem elegendő, legfeljebb árnyalja a kérdést, de semmiképpen nem alapozza meg - még egy esetleges jogsértés megállapítása esetén sem - bírság kiszabását, hiszen a kutatás elvégzésére fordított idő, energia és költségnyad mind azt igazolják, hogy az eljárás alá vontak a legjobb szándékuk és tudásuk szerint kívántak eljárni - maximális jóhiszeműséggel - annak érdekében, hogy a reklámok a fogyasztók számára megfelelő tájékoztatást adjanak. A vizsgált hirdetésekben a sampon és tonik termékek minden esetben együttesen jelentek meg, és a kutatás keretében megvalósított használati mód megfelel a termékek felhasználási feltételeinek - melyet a termékek csomagolása is rögzít<sup>98</sup> -, így a kutatás - ellentétben azzal, amit az előzetes álláspont e körben sugall - releváns használatra alapozott. Ráadásul a termékek csomagolásai az engedélyezési eljárás során az illetékes szakhatóság felé becsatolásra kerültek, és a szakhatóság azok tekintetében kifogással nem élt, azaz azokat a jogszabályi előírásokkal összhangban lévőnek ítélte.

106. Az OGYÉI szakvéleményével kapcsolatban hangsúlyozta, hogy az abban foglalt, egyes állítások túlzó, hiperbolikus minősítésétől az eljáró versenytanács nem térhet el, különös

<sup>96</sup> VJ/40-101/2018. számú irat 3. és 6. pontok

<sup>97</sup> VJ/40-167/2018., VJ/40-168/2018.

<sup>98</sup> A termékekhez alkalmazott faltkartonon megjelent az a felhívás, hogy „a hatékonyság növelése érdekében az Energizáló tonik alkalmazása ajánlott.”

figyelemmel arra, hogy az eljáró versenytanács ezzel összefüggésben hivatkozott azon érve, miszerint a célcsoport sérülékeny lenne, semmilyen bizonyítékkal nincs alátámasztva (és ezen személyek mértékére semmilyen mérés, dokumentáció nem született), pusztán fikción alapul, mint ahogyan az is, hogy az ilyen fogyasztói csoport törvényszerűen félreértelmezne vagy másként értelmezne olyan állításokat, amelyek egyértelműen túlzó, hiperbolikus állítások.

107. A NATURPRODUKT Kft. és a Dr. Theiss Naturwaren GmbH kiemelte, hogy szakvéleményében a szakértő a TrichoScan vizsgálatot nemzetközileg elfogadott, megbízható módszernek tekintette hajsűrűség vizsgálatához. A konkrét esetben pusztán csak a kivitelezéssel és értékeléssel kapcsolatban vetett fel kételyeket. Ugyanakkor az, hogy a szakértő véleménye szerint a gyártó esetleg nem tökéletesen valósította meg a vizsgálati alkalmazást, és adott esetben úgy véli, hogy további objektív vizsgálatok még inkább alátámasztották volna az eredményességet, attól még jogsértés megállapítása e körben nem indokolt, hiszen nem arról van szó, hogy a gyártó mellőzte volna a vizsgálatok elvégzését, vagy a vizsgálatok azt mutatták volna, hogy a termékek az adott körben nem hatásosak. És még ha az eljáró versenytanács e körben megalapozottnak is véli a jogsértés megállapítását, abban az esetben sem lehet indokolt önmagában a tökéletesség hiánya miatti bírság alkalmazása, de legalább is enyhítő körülményként értékelendők az eljárás alá vontak bizonyításra tett erőfeszítései.
108. Hangsúlyozták, hogy a gyártó egy gyógyszeripari szereplő, aki a kozmetikumokat is a gyógyszeripari sztenderdeknek, elvárásoknak megfelelő, szigorú minőségi követelmények betartásával állítja elő, a Parusan termékek hatásosságához már csak ezért sem férhet kétség. A kutatást végző intézet is egy jó nevű, magas presztízsű cég, így szakmai állásfoglalásuk bizonyosan megalapozott. A Dr. Theiss Naturwaren GmbH működését egyébiránt a német gyógyszeripari hatóságok is rendszeresen ellenőrzik. Éppen ezért magatartása nem vethető össze azon vállalkozások gyakorlatával, akik a kozmetikumaik kapcsán teljesen megalapozatlan állításokat tesznek.
109. A gyártó által kiállított új receptúra igazolással és a korábbi igazolásban szereplő érték eltérésére vonatkozóan csatolt, szakértő által adott magyarázattal, továbbá a gyártási mérési jegyzőkönyvekkel álláspontjuk szerint megfelelően alátámasztották, hogy a termékek a gyártó által ajánlott mennyiségben tartalmazzák az AnaGain összetevőt.<sup>99</sup> Az eljárás alá vontak az OGYÉI szakvéleményének kiegészítésében foglaltakkal kapcsolatban előadták, hogy érthetetlen számukra az általuk benyújtott receptúra igazolások és szakértői vélemények megkérdőjelezése. Ráadásul nagyban kérdéses, hogy a benyújtott információkon túlmenően milyen további bizonyítás lehetne helytállóbb a kérdés tisztázására. Erre maga a szakhatósági állásfoglalás sem ad semmilyen további támpontot, így megítélésük szerint megalapozatlan a szakhatóság azon megállapítása, hogy az eljárás alá vontak által benyújtott bizonyítékok és megtett nyilatkozatok nem nyújtanak kellő alapot az állítások bizonyítottságára. Nem helytálló továbbá a szakhatóság azon megállapítása, hogy az ellentmondás a termékek AnaGain tartalmának tekintetében a gyártói és a forgalmazói adatok között van. A termékek AnaGain tartalmára vonatkozó, 2018. szeptember 17. napján kelt levélben tett nyilatkozat, valamint a 2021. február 1. napján kelt adatszolgáltatás keretében benyújtott gyártói dokumentumok egyértelműen

---

<sup>99</sup> VJ/40-172/2018.

alátámasztják és igazolják a termékek AnaGain tartalmának 4%-os mértékét. Arra vonatkozóan, hogy miért tartalmazott a 2020. február 13. napján benyújtott receptúra ettől eltérő mértékű koncentrációt, ugyancsak a 2021. február 1. napján kelt adatszolgáltatás során benyújtott receptúra igazolás ad egyértelmű magyarázatot.

110. A NATURPRODUKT Kft. és a Dr. Theiss Naturwaren GmbH hivatkoztak továbbá arra, hogy bár fenntartják azon álláspontjukat, hogy a termékekkel kapcsolatban alkalmazott állítások megjelenítésével jogsértést nem követettek el, együttműködő, megfelelési és jogkövető szándékuk kifejezésekképpen a NATURPRODUKT Kft. 2018 decemberében módosításokat hajtott végre a termékekkel kapcsolatos kommunikációs anyagain, és azokból a GVH által kifogásolt elemek eltávolításra kerültek, melyet az eljárás során korábban már igazoltak. Ezen túlmenően 2020. január 31-én leállították a Parusan termékek teljes kommunikációját (az online és social media megjelenések kivételével, melyek megszüntetésére 2020 májusában került sor).<sup>100</sup>
111. Előadták, hogy a Parusan márka pozíciója Magyarországon a kozmetikai kategóriában, illetve a samponok kategóriájában is nagyon gyenge, piaci részesedése és kommunikációs aktivitásának mértéke is rendkívül alacsony, mivel disztribúciója, elérhetősége is rendkívül korlátos. Piacbefolyásoló szerepe, illetve bármilyen tartalmú márkakommunikáció érdemi hatása a fogyasztókra a releváns kategóriákban emiatt elenyésző.
112. A szerkesztői tartalomnak álcázott reklámmal összefüggésben kifejtették, hogy a PATIKA TŰKÖR Kft.-től kifejezetten direkt hirdetés megjelenését rendelték meg, semmilyen egyéb tartalom megjelenéséért ellenszolgáltatást nem adtak, és egyéb tartalom megjelenéséhez semmilyen további információt, adatot nem biztosítottak, egyéb tartalom kialakításában, megszövegezésében nem vettek részt. Önmagában az, hogy a hirdetések olyan magazinban rendelték meg, amely tematikáját illetően passzol a termékek jellegéhez, ennek ellenkezőjét nem igazolja. Ahogyan az sem, hogy egyébként a megrendelésért a magazin kiadója kedvezményt biztosított vagy az, hogy a cikkben helyesírási, illetve nyelvhelyességi hiba javítására tett a NATURPRODUKT Kft. javaslatot. Amennyiben a NATURPRODUKT Kft. a direkt hirdetésen felüli további promóciós megjelenést rendelt volna meg, úgy ennek a megrendelőben és a számlán való megjelenésen túl a fizetendő végösszegben jelentős emelkedést kellett volna eredményeznie, és egyértelműen kellett volna látszódnia.
113. A vizsgálat tárgyát képező cikkek kifejezetten a haj természetes állapotáról, élettani folyamatairól és olyan megoldásokról szólnak, amelyek pont a külső termékek alkalmazásának mellőzése irányába hatnak, és arra buzdítanak (sőt megnyugtatták az olvasót), hogy a természetes, helyes étkezés és életmódbeli változás megoldás lehet a haj mindennapi megfelelő állapotban tartására. A cikkek és az érintett reklámmegjelenések között tehát sem szakmai, sem tartalmi összefüggés nem állt fenn. Nem szolgál az illetén kapcsolatra bizonyítékként sem a direkt hirdetésekhez kapcsolódó megrendelő, sem a felek tárgyban folytatott levelezése. Emellett a cikkek és a hirdetések megjelenítésüket tekintve is jól észlelhetően elkülönülnek.
114. Álláspontjuk szerint teljes mértékben érthető és általános gyakorlat, hogy a hirdetőik olyan lapban kívánnak megjelenni a termékeikkel, ami adott esetben jellegéből,

---

<sup>100</sup> [ÜZLETI TITOK] (VJ/40-172/2018.)

tematikájából adódóan illik a termékhez. Értelmetlen is lenne, ha az autós vagy barkács magazinokban jelennének meg a női kozmetikumokról szóló hirdetések, míg a női vagy egészség magazinokban a barkácsfelszerelések hirdetései. Maga a jogalkotó és a jogszabály sem várja el az ilyen ésszerűtlen magatartást a hirdetőktől a jogsértés elkerülése érdekében. Az elvárás pusztán az előzetes álláspont 169. pontjában idézett négy kritérium együttes fennállására korlátozódik, és amennyiben ezek közül bármely feltétel hiányzik, pusztán feltételezések alapján nem minősülhet egy szerkesztői tartalom burkolt reklámnak. Főként úgy nem, hogy a kapcsolódó bizonyítékok alátámasztják a felek egybehangzó nyilatkozatát arra vonatkozóan, hogy közöttük promóciós cikk írására semmilyen megállapodás nem született, és láthatóan semmilyen ellenszolgáltatást ilyen célból a reklámozó nem fizetett. Egyetlen olyan körülmény sem merül fel a cikkekkel kapcsolatban, amelyből joggal lehetne arra következtetni, hogy a NATURPRODUKT Kft. ellenszolgáltatást nyújtott volna a cikkek megjelenéséért.

115. Kiemelték, hogy az előzetes állásponttal érintett megjelenések óta igen jelentős (hosszú) idő telt el, így még egy esetleges jogsértés megállapítása esetén is annak súlya - különös tekintettel a megjelenések csekély számára is - igen elenyésző, erre figyelemmel bírság kiszabása nem indokolt. Már csak azért sem, mert ezen tényezők mellett a bírság megelőző funkciója értelmezhetetlen, elrettentő funkció miatti alkalmazása pedig az eljárás alá vontak folyamatos jogkövető magatartása okán teljes mértékben indokolatlan és szükségtelen lenne. Hangsúlyozták, hogy a Patika Tükörnél (és más hasonló lapoknál) a kifogással érintett hirdetések közzététele óta a Parusan márka tekintetében semmilyen további megjelenés nem történt, mely tény álláspontjuk szerint szintén a bírság mellőzése irányába kell hasson.
116. A kilátásba helyezett szankcióval összefüggésben előadták, hogy a tárgyi esetben a bírságnak - az eset összes körülményeit figyelembe véve - legfeljebb enyhe mértékben való alkalmazása lehet indokolt. A NATURPRODUKT Kft. és a Dr. Theiss Naturwaren GmbH mindaddig is jogkövető magatartást tanúsítottak. Az általuk az eljárásban csatolt iratok, dokumentumok is igazolják, hogy igyekeztek minden tőlük telhetőt megtenni annak érdekében, hogy jogszerűen járjanak el, szándékuk messzemenően távol állt és távol is áll bármely jogsértés elkövetésétől.
117. Kifejtették emellett, hogy további lépéseket is terveznek a jövőbeni megfelelés érdekében. A NATURPRODUKT Kft. időközben 2021. január 1-jétől rendes tagként csatlakozott az Önszabályozó Reklám Testülethez azzal a kifejezett szándékkal, hogy a jövőre nézve aktív együttműködést alakítson ki, és ezzel is biztosítani tudja a jogszabályi megfelelés megvalósulását.<sup>101</sup> A NATURPRODUKT Kft. emellett 2020 decemberében elkészítette a termékek bevezetésekor alkalmazandó, a csomagolóanyagok és reklámanyagok kialakításra vonatkozó belső szabályozás tervezetét, amelynek részeként rögzítette, hogy [ÜZLETI TITOK]. Ezen [ÜZLETI TITOK] eljárások részleteit a belső szabályozás 2021. február 15-i keltezésű, tervezett kiegészítése tartalmazza, amely [ÜZLETI TITOK].<sup>102</sup>

---

<sup>101</sup> VJ/40-167/2018.

<sup>102</sup> VJ/40-172/2018. 4. sz. melléklet

118. A NATURPRODUKT Kft. utólagos megfelelési programként az alábbi intézkedéseket szándékozik megtenni.

- A jelen eljárásban született döntés kézhezvételét követően 10 munkanapon belül – olvasási értesítővel kiküldött – e-mail útján fokozottan felhívja azon munkavállalói figyelmét a reklámjogi és fogyasztóvédelmi előírások betartására, akik a kommunikációs megjelenésekhez kapcsolódó folyamatokban részt vesznek. Ennek részeként kiemelten felhívja a figyelmet, hogy valamennyi kommunikációs megjelenés jogi ellenőrzése a megjelenést megelőzően szükséges, és csatoltan megküldi a jelen eljárásban született döntés azon részét, amelyből megismerhetővé válik számukra az eljáró versenytanács tárgyi eljárásban kifejtett álláspontja. A vállalat teljesítésének igazolásaként a NATURPRODUKT Kft. a kiküldés megtörténtét, valamint az olvasási értesítőt igazoló e-mail dokumentumot a következő albekezdésben foglaltak igazolásával egyidejűleg benyújtja a GVH részére.
- A jelen eljárásban született döntés kézhezvételét követő 30 napon belül a NATURPRODUKT Kft. kommunikációs tevékenységére vonatkozóan az irányadó fogyasztóvédelmi és reklámjogi szabályokról külső jogi partner bevonásával oktatást szervez annak érdekében, hogy a kommunikációs megjelenésekhez kapcsolódó folyamatokban részt vevő munkavállalóknak ezirányú ismereteit elmélyítse, és felhívja a figyelmüket a jogszabályi előírások betartására. Az oktatásról, annak témájáról, időpontjáról és helyszínéről a NATURPRODUKT Kft. e-mail értesítést (meghívót) küld az érintett munkavállalóknak. A résztvevők listája jelenléti íven kerül rögzítésre. A vállalat teljesítésének igazolásaként a NATURPRODUKT Kft. az oktatásról szóló e-mail dokumentum másolatát, valamint a résztvevők részéről aláírt jelenléti ív másolati példányát az oktatás megtörténtét követő 15 munkanapon belül benyújtja a GVH részére.
- A NATURPRODUKT Kft. véglegesíti a kommunikációs anyagok kialakítására vonatkozó belső eljárásrendjét szabályozó, a 2021. február 1-jén kelt adatszolgáltatásához csatolt dokumentum (a továbbiakban: SOP dokumentum) tervezetet, melyet az érintett munkavállalók részére a véglegesítést követő 10 napon belül igazolhatóan megküld. A vállalat teljesítésének igazolásaként a véglegesített SOP dokumentum kiküldését igazoló iratot a NATURPRODUKT Kft. az előző albekezdés szerinti oktatás megtörténtének igazolásával egyidejűleg megküldi a GVH részére.
- A NATURPRODUKT Kft. vállalja, hogy egy reklámokkal kapcsolatos jogi előírásokra vonatkozó összefoglaló anyagot (ún. kisokost) készített, amely az érintett munkavállalóknak segítséget nyújt a kommunikációs anyagokkal kapcsolatos fogyasztóvédelmi és reklámjogi elvárások megismerésében és a kommunikációs anyagok tervezésénél annak megítélésében, hogy az adott megjelenés igényel-e további felülvizsgálatot jogi szempontból. A vállalat teljesítésének igazolásaként a NATURPRODUKT Kft. a jogi kisokost, valamint az annak kiküldését igazoló iratot a fenti oktatás megtörténtének igazolásával egyidejűleg küldi meg a GVH részére.
- A NATURPRODUKT Kft. a SOP dokumentumban foglaltak betartását az utasítás közzétételét követően szigorúan kívánja ellenőrizni oly módon, hogy az egyes kommunikációs eszközök kialakításának folyamatát szűrőpróbaszerűen felülvizsgálja, továbbá a SOP dokumentumban szabályozott folyamat részévé teszi a folyamat teljesülésének vizsgálatát. Az ellenőrzés lefolytatására a NATURPRODUKT Kft.

megfelelőségi vezetőt kíván kinevezni. A vállalat teljesítésének igazolásaként a NATURPRODUKT Kft. a SOP dokumentum munkavállalóknak való közlését követő 12 hónapon belül történt ellenőrzésről felvett jegyzőkönyv másolati példányát a GVH részére a 12. hónap leteltét követő 15 napon belül megküldi.

- A NATURPRODUKT Kft. vállalja, hogy kommunikációs megjelenései előtt a megjelentetni kívánt kommunikációs anyagokat szükség szerint további szakértői/jogi kontrollnak veti alá annak érdekében, hogy azok reklámjogi és fogyasztóvédelmi megfelelőségét biztosítsa. Vállalja továbbá, hogy ezen kommunikációs anyagok tekintetében felkeresi az Önszabályozó Reklám Testületet állásfoglalás kérése érdekében. A jogi megfelelés vizsgálatát tartalmazó állásfoglalást, valamint az ÖRT állásfoglalását a NATURPRODUKT Kft. az előző albekezdésben megjelölt dokumentumokkal együttesen benyújtja a GVH részére.

119. A NATURPRODUKT Kft. emellett vállalta, hogy a jelen eljárásban született döntés kézhezvételét követő 60 napon belül legalább 15% kedvezményt biztosító termékpromóciót alakít ki fogyasztói kompenzáció céljából a vizsgálattal érintett termékekre vonatkozóan, és minden ésszerű lépést megtesz annak érdekében, hogy a kedvezmény a fogyasztók felé érvényesítésre kerüljön. A NATURPRODUKT Kft. a kedvezményes promóciót legalább 2 hónapos időtartamra tervezi kialakítani. A vállalat teljesítésének igazolásaként az ajánlatról szóló ajánlati leírást, valamint az esetlegesen kapcsolódó dokumentációt az előző pont 5. albekezdésében meghatározott határidőben kívánja benyújtani a Tisztelt Gazdasági Versenyhivatal részére.

120. Végezetül, a NATURPRODUKT Kft. vállalta további szakvélemények elkészíttetését az eljárásban érintett termékek hatásosságának igazolására, melyeket a 2021. február 1-jén kelt adatszolgáltatásához csatoltan meg is küldött a GVH részére.<sup>103</sup>

121. Mindezeket az eljárás alá vontak a bírság meghatározása körében enyhítő körülményként kérték figyelembe venni. Ugyancsak enyhítő körülményként hivatkoztak az eljárás során tanúsított, az adatszolgáltatások pontos és határidőben történő megválaszolásában megnyilvánuló együttműködő magatartásukra, jogkövető szándékukra, korábbi jogkövető magatartásukra, a reklámozással kapcsolatos belső ellenőrzési folyamatokra és a jogi segítség igénybevételére, az időmúlásra, és arra a körülményre, hogy az eljárás alá vontak számára már maga a versenyfelügyeleti eljárásra fordított idő, energia és költség elégséges elrettentő és ösztönző erővel szolgál, hogy a jövőben még nagyobb hangsúlyt fektessenek a jogszabályi előírások betartására, így további nagy összegű bírság kiszabása elrettentésképpen szükségtelen.

122. Az előzetes álláspontban vázolt súlyosító körülményekkel kapcsolatban utaltak arra, hogy a célcsoport sérülékenysége nem bizonyított, így ennek súlyosító körülményként való figyelembe vétele sem indokolt. Ugyancsak nem indokolt súlyosító körülményként figyelembe venni, hogy egy kozmetikumot a vásárlást követően tud kipróbálni a fogyasztó, hiszen ez nem a jelen eset és a tárgyi eljárásban vizsgált termékek sajátossága és nem a NATURPRODUKT Kft. és a Dr. Theiss Naturwaren GmbH részére felróható plusz jogsértés, hanem egy általános piaci működés, amellyel szemben semmilyen jogszabályi kötelezés nem áll. Mivel az eljáró versenytanács a bírságszámítás során a kommunikációs

---

<sup>103</sup> VJ/40-172/2018. 6. sz. melléklet



költségekből kíván kiindulni, ami a gyakorlat kiterjedtségét már figyelembe veszi, álláspontjuk szerint teljes mértékben megalapozatlan ezen felül további súlyosító körülményként is figyelembe venni ugyanezen elemet. Hangsúlyozták, hogy a tárgyi eljárás időbeli elhúzódása az eljárás alá vontaknak fel nem róható, s amennyiben a vizsgált magatartással kapcsolatban lehetőségük nyílt volna korábban megismerni a GVH eltérő álláspontját, úgy hamarabb tehetek volna ezzel kapcsolatos korrekciós intézkedéseket. Mindezek figyelembe vételével különösen sérelmesnek tartják az időtényező súlyosító körülményként való értékelését, valamint az intenzitás külön további súlyosító körülményként való számításba vételét. Kifejtették, hogy a fentebb már bemutatott jogkövető magatartásuk, szándékuk fényében a felróhatóság súlyosító körülménykénti értékelése indokolatlan, a szerkesztői tartalomnak álcázott reklám tekintetében pedig - még ha az a fentiekben kifejtettek ellenére megállapításra is kerülne - a jogsértés megállapítása ellen ható tényezőként különösen figyelembe veendő a bizonyítékok hiánya, a megjelenések óta eltelt rendkívül hosszú idő és az ismétlődés hiánya.

## **VI.2. A PATIKA TÜKÖR Kft. eljárással kapcsolatos álláspontja<sup>104</sup>**

123. A PATIKA TÜKÖR Kft. álláspontja szerint magatartásával nem valósította meg az Fttv. mellékletének 11. pontjában foglalt tényállást, és nem sértette meg az Fttv. 3. § (1) bekezdésében rögzített tilalmat sem.
124. A Patika Tükör magazinnal kapcsolatban általában előadta, hogy a magazin patikai terjesztésű populáris ismeretterjesztő, egészségre nevelő újság, melyben betegségekről, gyógymódokról, egészségről esik szó, valamint ezekkel összefüggő termékek hirdetéseit jelenítik meg. A magazin szakmaiságát a szigorú szerkesztési elvek – melyeket az Apotheken Umschau mintájára határoztak meg –, illetve a gyógyszerész főszerkesztő személye garantálja. A magazin előfizetői a patikusok, akik az újságot egyfajta szolgáltatásként, illetve a patikai nevelés részeként nyújtják betegeiknek.
125. Rámutatott, hogy a glossy lapokhoz képest a patikai terjesztésű lapokban a szakmai tartalom egészül ki a hirdetésekkel, és nem a hirdetések mellé kreálnak szakmainak feltüntetett információt. A hirdető úgy keresik meg a lapokat, hogy a témákhoz szeretnének kapcsolódni a hirdetésekkel. Amennyiben a magazinban jelenik is meg a hirdető kérésére cikk, az is szakember bevonásával készül, tehát a szerkesztők nem írhatnak a hirdető igénye szerint önállóan a hirdetés mellé jelöletlen reklámanyagot. Figyelembe kell venni azt is, hogy mivel patikai terjesztésű lapokról beszélünk, itt a témák kizárólag az egészség és életmód körül forognak, valamint a betegségek és azok felismerése, önvizsgálat és öngyógyítás a téma, ehhez kapcsolódnak a hirdetések is, és teljesen jogos elvárás a hirdető részéről az, hogy a hashajtó hirdetés ne a láb-gombáról szóló cikk mellett jelenjen meg, ha az újságban van cikk az emésztési problémákról. Ez a teljes piacon bevett gyakorlat, aminek alátámasztására számos más patikai lapban megjelent példát is csatolt.<sup>105</sup>
126. A Patika Tükör magazin lapterve hónapokra előre készül, a laptervet a hirdetésszervezők a meglévő szerkesztőségi anyagokkal együtt küldik meg a potenciális hirdetőknél. A vizsgált tartalommal kapcsolatban előadta, hogy az azért jelent meg az *Ön*

<sup>104</sup> VJ/40-18/2018. számú irat, VJ/40-24/2018. számú irat, VJ/40-32/2018. számú irat, VJ/40-164/2018.

<sup>105</sup> VJ/40-164/2018. 1., 2., 3. sz. melléklet

*kérdez* rovatban, mert a rovat témája kapcsolódott a hirdetni kívánt termékhez. Maga a rovat az olvasókat foglalkoztató aktuális kérdésekkel, témákkal foglalkozik.

127. A kérdéses lapszámban az *Ön kérdez* rovat a nyári hajápolást helyezte középpontjába, javaslatait általánosságban, a szép és ápolt haj elérése érdekében, a roncsolódás megelőzése és a haj regenerálása tekintetében fogalmazta meg. A PATIKA TÜKÖR Kft. kiemelte továbbá, hogy a Parusan termékek egyébként sem a cikkben megjelenített problémákra kínálnak megoldást, hanem élettani funkciókkal összefüggő hajhullás, hajritkulás esetére jelenthetnek segítséget. Mindezek alapján álláspontja szerint nincs ok okozati és szakmai összefüggés a szerkesztői tartalom és a hirdetés között, a cikk tehát nem ösztönözheti a termék vásárlására az olvasót, mivel az olvasói levélben írt cikk és a Parusan reklám hívószavai” sem írott formában, sem a fogyasztó látómezejében és asszociációiban nem fedik egymást. A cikk témája kimondottan a nyáron hajat érő fizikai és kémiai behatások: az UV sugárzás, a klóros víz, a pára és az azt hordozó por negatív hatása a hajra. A Cikk (i) elsődlegesen a megelőzést, azaz a kritikus időszakban délelőtt 11 és délután 15 óra között a nap elkerülését, (ii) másodlagosan a fizikai védelmet, azaz a kalap használatát, (iii) harmadlagosan a megfelelő táplálkozást (iv) és negyedik megoldásként az egyénre szabott termékhasználatot javasolja, és egyáltalán nincs fogyasztás ösztönző hatása, egyetlen szót sem szolt, egyetlen gondolatot sem ébresztett a hajhullásról. Ezzel szemben a Parusan hirdetés hívószavai a „stimulál”, „erősít”, „csökkenti a hajhullást” kifejezések voltak, így akár a cikket olvasta előbb a fogyasztó, akár a hirdetést, semmiképp sem juthatott arra a következtetésre, hogy a cikk a nyári hajápolásra kifejezetten a Parusan termékeket ajánlana, más célra vonatkozó ajánlást pedig egyáltalán nem fogalmazott meg.
128. Álláspontjában kifejtette továbbá, hogy a NATURPRODUKT Kft.-től nem kapott megbízást promóciós cikk (termékajánló megírására), a megjelent tartalommal összefüggésben ellenszolgáltatásban nem részesült, így az Fttv. mellékletének 11. pontját, illetve az Fttv. 3. § (1) bekezdését nem sértette meg. Bővebb előadásában kifejtette, hogy mind a megrendelő, mind a számlák, valamint a hirdetővel történt levelezés azt támasztják alá, hogy ellenszolgáltatásban nem részesült a szerkesztői tartalommal kapcsolatban. Kiemelte továbbá, hogy a Médiaajánlóban látható, hogy mekkora költséget eredményez egy fél oldalas hirdetés a hirdetőnek (690.000 Ft), illetve mennyibe kerül egy képpel ellátott termékajánló cikk (150.000 Ft / 300 karakter). A NATURPRODUKT Kft. megrendelőjén kizárólag hirdetésekre vonatkozó megrendelés szerepel, önmagában az olvasói levél 413 karakter volt, mely jelentősen megnövelte volna az árat, ugyanakkor a megbízásban és számlán szereplő összegek alapján sem igazolható, hogy a NATURPRODUKT Kft. a szerkesztői tartalommal kapcsolatban nyújtott volna ellentételezést.
129. Előadta<sup>106</sup> továbbá, hogy a PATIKA TÜKÖR Kft. konzultált az Önszabályozó Reklám Testülettel (továbbiakban: ÖRT) az ügy kapcsán. Állítása szerint az ÖRT szóbeli tájékoztatása arra terjedt ki, hogy a hirdetés és a GVH végzése alapján nem dönthető el, hogy megvalósult-e a jogsértés vagy sem. Az ÖRT kiemelte továbbá, hogy amennyiben a dokumentumok nem tartalmazznak promóciós cikk (termékajánló) megírására megbízást, továbbá a NATURPRODUKT Kft.-től pénzügyi teljesítés sem történt erre vonatkozólag, és a hirdetés és a cikk „hívószavai” sem fedik egymást (mint ahogyan ez álláspontja szerint a

---

<sup>106</sup> VJ/40-32/2018. számú irat 7. pont

Patika Tükör 2017/8. számában is történt), akkor a GVH gyakorlata szerint nem valósul meg a fenti jogszabályok megsértése.

130. Érvelése szerint a patikai terjesztésű lapoknak a fogyasztók hiteles szakmai informálását, az ismeretterjesztésre, egészségnevelésre, a tudatos vásárlásra ösztönző oktatását kérdőjelezi meg a GVH jelen eljárása. Jelen pillanatban ez az oktató-nevelő tevékenység az egészségpolitika fontos része (ezért is hozta létre a patikai terjesztésű lappiacon a Magyar Gyógyszerészi Kamara a többségi tulajdonában álló Patika Magazint). A reklámozók is ismerik, és elfogadják a patikai lapok ilyen funkcióját, tudatában vannak annak, hogy a hitelességüket ezekkel a lapokkal érhetik el a fogyasztók felé, ezért hirdetnek a patikai lapokban is. Ugyanakkor a gazdaságilag sokkal hatékonyabb női glossy lapokban (Nők Lapja, Nők Lapja Egészség, Kiskegyed, Kiskegyed Egészség, Story, Éva stb.) a hitelesség látszatának megőrzése nélkül ontják reklámjaikat. Ezeknek a lapoknak a tudatos fogyasztás, egészségnevelés helyett a profitorientáltság a fontos, ahogy a hirdetőknél pedig a sokkal nagyobb ismertség elérés okozta forgalomnövekedés. Álláspontja szerint a jelen eljárás a kétféle mentalitás között tesz egyenlőséget azzal, hogy megpróbálja az ismeretterjesztő, egészségnevelő cikket fogyasztást ösztönző eszközként beállítani. Hangsúlyozta, hogy a hirdetésszervezésnek az újságíráshoz és lapszerkesztéshez nincs köze, a hirdetésszervezőnek a cikkek készülségi fokáról nincs tudomása, azok tartalmára pedig nincs ráhatása.
131. A kilátásba helyezett bírsággal kapcsolatban kifogásolta a fogyasztók sérülékeny voltának figyelembevételét, különös figyelemmel arra, hogy a cikk semmilyen hajhullással kapcsolatos problémáról nem szólt, és nem is sugallt semmit a hajhullással küzdő nőknek, sőt, azzal a felütéssel kezdődött, hogy nem is egészségügyi, csak esztétikai problémáról lesz szó. Kérte továbbá annak figyelmen kívül hagyását is, hogy a Parusan bizalmi termék, mivel a cikkben egyetlen konkrét termékről sem tett említést, csak általánosságban hajápolási szerekről. Ezen túlmenően különösen sérelmesnek találta a cikk olvasói levél formátumban való megjelentetésének súlyosító körülményként történő értékelését. Álláspontja szerint a GVH alaptalanul felételezi azt az olvasóiról, hogy nem tudnak megkülönböztetni egy szerkesztőségi tartalmat a reklámtól, különösen azért, mert mindig feltünteti azt, ha fizetett promóciós cikkről van szó. Rendszeres, tudatos olvasói vannak, akik a 26 év alatt megismerték, megszerették a Patika Tükör struktúráját, és tudják mit jelent az „Olvasói levél” műfaja a lapban, ami egy rendszeresen megjelenő publicisztikai műfaj a Patika Tükörben: azon aktuális kérdések, gondolatok gyűjteményét dolgozza fel, amely a lap megjelenésekor időszerű.
132. Összegzésként a PATIKA TŰKÖR Kft. hangsúlyozta, hogy hosszú évek óta mindig figyel arra, hogy a fogyasztókhoz ne jusson el megtévesztő információ, és ne folytasson tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot, ezért van az, hogy cikkeit szakértők vagy egészségügyi újságírók írják. Jelen esetben sem volt szándéka a fogyasztók vásárlásra ösztönzése, sokkal inkább a fogyasztók egészségnevelése, hiszen a cikk maga sem a vásárlásról szól, és a Parusant meg sem említi. A hirdetési igazgató hirdető felé intézett kommunikációja egy sajnálatos félreértést eredményezett, mert azt a látszatot kelti, hogy a cikk a termékhez készült, holott pont a laptervben már korábban bizonyítottan szerepelt, és a cikk megírása már folyamatban volt, de mivel ez a piac oly módon működik, hogy a

hirdetők a témákhoz szeretnek kapcsolódni, a hirdetésszervező ráerősített, hogy a laptervnek megfelelően mindenképp lesz cikk, ami témájában kapcsolódik a termékhez.

133. Mindezek ellenére, ha a GVH továbbra is fenntartja a szerkesztőségi tartalomnak álcázott reklámkénti minősítéssel kapcsolatos álláspontját, akkor sajnálattal, de tudomásul veszi azt, és elismeri a szándékon kívül elkövetett jogsértést. Emellett tájékoztatást adott arról, a további lehetséges jogsértések elkerülése érdekében kidolgozott egy megfelelési programot, melynek keretében egyrészt az ügyvezetés előírta az új hirdetésszervezési munkatárs részére, hogy milyen elvek mentén és mely jogszabályokat szem előtt tartva kommunikálhat a jövőben a hirdető partnerekkel, és hogyan jelenhetnek meg hirdetések a Patika Tükörben, másrészt független szakértő bevonásával oktatást szervezett a szerkesztőségnek, hogy a jövőben maximálisan megfelelhessen az Fttv. elvárás-rendszerének, különösen az Fttv. melléklete 11. pontja kapcsán.<sup>107</sup>

134. Az ügyvezető 2020. október 16-án kelt belső tájékoztató e-mailje<sup>108</sup> az alábbiakat tartalmazza:

„A Patika Tükörben megjelenő hirdetések elhelyezési lehetőségei.

A hirdető partnerek igyekeznek szakmai vagy annak álcázott cikkek mellé, ugyanarra az oldalra terelni a hirdetéseiket, arra hivatkozva, hogy jobb a reklámértéke így. Azért, hogy az olvasót a cikk és a hirdetés közelsége ne a vásárlásra ösztönözze, határozottan el kell különíteni a kétféle tartalmat. Ezért a Patika Tükör Kft. az alábbi elhelyezési lehetőségeket engedélyezi.

A) Ugyanazon az oldalon akkor helyezhető el szakmai cikk és hirdetés, ha az alábbi feltételek maradéktalanul teljesülnek:

1. a szakmai cikket nevesített valós szakértő (orvos, gyógyszerész vagy a témának megfelelő képesítéssel rendelkező gyakorlati praxist/oktató) írja, lektorálja, szakért, akinek a neve, titulusa megjelenik a tartalomnál, a nevét adja hozzá,
2. a témához kapcsolódó összes hatóanyagot, gyógynövényt, gyártót (?) stb megemlíti a cikk, nem csak a hirdetésben lévő termékhez kapcsolódót,
3. tördeléskor léniával elkülönül a tartalom és a hirdetés,
4. kiírásra kerül a HIRDETÉS szó.

Ha a fentiek közül bármelyik feltétel nem 100%-os biztonsággal valósul meg, akkor

B) a hirdetésnek a következő oldalpárra kell kerülnie,

C) a szöveggörnyezetnél is fel kell tüntetni a reklámra utaló jelzést: promóció, hirdetés, stb.”

135. Végezetül kérte figyelembe venni, hogy az elmúlt évben a koronavírus okozta gazdasági recesszió a társaságot (amely egy kis családi cég relatíve sok munkavállalóval) is sújtotta, és nehéz gazdasági helyzetbe hozta, és erre tekintettel tekintszen el a bírság kiszabásától vagy

---

<sup>107</sup> Az oktatás megtartásának tényét a VJ/40-170/2018. számú iratban megküldött megbízási szerződéssel és a résztvevők listájával igazolta.

<sup>108</sup> VJ/40-164/2018. 4. sz. melléklet

vegye a fentieket figyelembe egy esetleges bírság kiszabása esetén bírságcsökkentő tényezőként.

### **VI.3. A Medicnet Media Kft. eljárással kapcsolatos álláspontja<sup>109</sup>**

136. A vállalkozás előadása szerint a kifogásolt szerkesztői tartalom nem a hirdető megrendelésére készült. A tartalmat a NATURPRODUKT Kft. előzetesen nem ismerte, nem véleményezte, nem ellenőrizte, a hirdetések elhelyezésére nem volt ráhatása, a szerkesztői tartalomhoz nem nyújtott információkat, valamint ellenszolgáltatást sem, melyet a megrendelő és a kiállított számla is igazol.
137. A szerkesztői tartalommal kapcsolatban kiemelte továbbá, hogy az semmilyen utalást nem tesz a Parusan termékre, kizárólag a hajhullásról tartalmaz információkat. A cikkben mindösszesen egyetlen mondat fogalmaz meg általános tanácsot a hajsamponok használata kapcsán: „Aki naponta haját mos, elegendő, ha csak néhány csepp sampont használ.” A Parusan termékénél ugyanakkor nem esik szó a napi használatról. Előadása szerint a cikkben semmilyen más módon nem utaltak a Parusan samponra, így nem volt indokolt a szerkesztői cikk mellett a „hirdetés” vagy a „szponzorált tartalom” felirat megjelenítése sem álláspontja szerint.

## **VII.**

### **Jogi háttér**

#### **VII.1. Általános szabályok**

138. Az Fttv. 1. § (1) bekezdése szerint az Fttv. állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, valamint az ilyen kereskedelmi gyakorlat tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint az Fttv. hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely Magyarország területén valósul meg, továbbá arra is, amely Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint.
139. Az Fttv. 2. § d) pontja szerint kereskedelmi gyakorlat a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenysége vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja.
140. Az Fttv. 2. § e) pont szerint megjelenési módjától, eszköztől függetlenül kereskedelmi kommunikáció a vállalkozás önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével közvetlenül összefüggésben történő információközlés.
141. Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése értelmében a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve áru nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is.

---

<sup>109</sup> VJ/40-19/2018. számú irat

Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportja magatartásának torzítására alkalmas, és ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni.

142. Az Fttv. 3. § (1) bekezdése kimondja, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat.
143. Az Fttv. 3. § (3) bekezdése alapján a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §). A 3. § (4) bekezdése értelmében a mellékletben meghatározott kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelenek.
144. Az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pont bj) alpont szerint megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény – figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére – olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az áru lényeges jellemzői, így az egészségre gyakorolt hatása tekintetében, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.
145. Az Fttv. melléklet 11. pontja szerint tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat az írott vagy elektronikus médiában szerkesztői tartalom használata az áru értékesítésének vagy más módon történő igénybevételének előmozdítására úgy, hogy ezért a vállalkozás ellenszolgáltatást nyújtott, ez azonban nem tűnik ki egyértelműen a tartalomból vagy a fogyasztó számára egyértelműen felismerhető képi vagy akusztikus elemekből (szerkesztői tartalomnak álcázott reklám).
146. Az Fttv. 9. § (1) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll.
147. Az Fttv. 9. § (3) bekezdés értelmében a kereskedelmi kommunikáció megjelenítési módjával összefüggő okból eredő jogsértésért az is felel, aki a kereskedelmi kommunikációt az arra alkalmas eszközök segítségével megismerhetővé teszi, valamint aki önálló gazdasági tevékenysége körében a kereskedelmi kommunikációt megalkotja vagy ezzel összefüggésben egyéb szolgáltatást nyújt, kivéve, ha a jogsértés az Fttv. 9. § (1) bekezdés szerinti vállalkozás utasításának végrehajtásából ered.
148. Az Fttv. 10. § (3) bekezdése szerint a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas. Ugyanezen szakasz (4) bekezdése szerint a (3) bekezdés rendelkezése nem alkalmazható az olyan kereskedelmi gyakorlat vonatkozásában, amely kizárólag a termék címkéjén (a terméken, annak csomagolásán) jelenik meg.

149. Az Fttv. 11. § (1) bekezdése szerint a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál – a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével – a következő szempontok irányadóak:
- az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközének jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára vagy a jogsértéssel érintett áru mennyiségére, vagy
  - a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján.
150. Az Fttv. 11. § (2) bekezdése szerint a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha
- a) a kereskedelmi gyakorlat országos médiaszolgáltatást végző médiaszolgáltatón keresztül valósul meg,
  - b) a kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű időszakos lap vagy legalább három megyében terjesztett napilap útján valósul meg,
  - c) a fogyasztók közvetlen megkeresésének módszerével végzett kereskedelmi gyakorlat legalább három megye fogyasztói felé irányul, vagy
  - d) az áru eladásának helyén alkalmazott eladásösztönző kereskedelmi gyakorlat legalább három megyében megszervezésre kerül.
151. A vállalkozás - az eljáró hatóság felhívására - a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát igazolni köteles. Ha a vállalkozás nem tesz eleget ennek a kötelezettségnek, úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak. Erre a vállalkozást a hatóság felhívásában figyelmeztetni kell.
152. Az Fttv. 17. § (1) bekezdése szerint az Fttv.-ben meghatározott hatóság jár el az Fttv. szerinti eljárásban akkor is, ha külön törvény vagy kormányrendelet, illetve az annak végrehajtására kiadott jogszabály vagy az Európai Unió közvetlenül alkalmazandó jogi aktusa fogyasztókkal szembeni kereskedelmi gyakorlatra vonatkozó rendelkezésének megsértése tekintetében külön törvény vagy kormányrendelet így rendelkezik.
153. Az Fttv. 19. § c) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a GVH eljárása tekintetében a Tpvt. rendelkezéseit kell alkalmazni. A Tpvt. 95/F. § (1) bekezdése alapján a versenyfelügyeleti eljárásban a Tpvt.-nek az eljárás megindításakor (2018. október 31.) hatályos eljárási rendelkezéseit kell alkalmazni.
154. A Tpvt. 60/A. § (1) bekezdés b) pontja szerint az eljáró versenytanács a versenyfelügyeleti eljárást megszünteti, ha az eljárás során beszerzett bizonyítékok alapján nem állapítható meg, hogy a magatartás jogsértő-e, és az eljárás folytatásától sem várható eredmény.
155. Az eljáró versenytanács határozatában a Tpvt. 76. § (1) bekezdésének
- f) pontja alapján megállapítja a jogsértés tényét,

i) jogsértés megállapítása esetén kötelezettséget ír elő, így különösen az ügylet jellegének megfelelő üzleti kapcsolat létrehozásától vagy további fenntartásától való indokolatlan elzárkózás esetén szerződéskötésre kötelez,

k) pontja alapján bírságot szab ki,

o) megállapítja, hogy a magatartás nem jogsértő.

156. A Tpvt. 78. § (1) bekezdés a) pontja értelmében az eljáró versenytanács bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a GVH hatáskörébe tartozó jogsértő magatartást valósít meg. Az (1b) pont alapján a bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve azon – a határozatban azonosított – vállalkozáscsoport a határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja.

157. A Tpvt. 78. § (2) bekezdés értelmében a bírság legmagasabb összegének meghatározásakor a nettó árbevételt a határozat meghozatalát megelőző üzleti évre vonatkozó éves beszámoló vagy egyszerűsített éves beszámoló alapján kell meghatározni. Ha a határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételről nem áll rendelkezésre hiteles adat, az utolsó hitelesen lezárt üzleti év nettó árbevétele az irányadó. A nettó árbevétel számítására egyebekben megfelelően alkalmazni kell a 24. § (3) bekezdését és a 27. § (7) bekezdését.

158. A Tpvt. 78. § (3) bekezdés szerint a bírság összegét az eset összes körülményeire – így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a jogsértő magatartás ismételt tanúsítására, gyakoriságára – tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a végső üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

159. A Tpvt. 46. § (1) bekezdése alapján a versenyfelügyeleti eljárásra a Tpvt.-ben foglalt rendelkezéseket kell alkalmazni. Az általános közigazgatási rendtartásról szóló 2016. évi CL. törvény (a továbbiakban: Ákr.) rendelkezéseit akkor kell alkalmazni, ha azt a Tpvt. kifejezetten előírja.

## **VII.2. Speciális, ágazati szabályozás**

160. Az ágazati szabályok közül az 1223/2009/EK rendelet, a kozmetikai termékekről tett állítások indokolására vonatkozó közös kritériumok megállapításáról szóló 655/2013/EU rendelet (a továbbiakban 655/2013/EU rendelet), illetve a kozmetikai termékekről szóló 246/2013. (VII.2.) Kormányrendelet bírnak jelentőséggel.

161. Az 1223/2009/EK rendelet teljes egészében kötelező, közvetlenül alkalmazandó 2013. július 11-től. A 2. cikk (1) bekezdés a) pontja szerint kozmetikai termék minden olyan anyag vagy keverék, amely azt a célt szolgálja, hogy az emberi test különböző külső részeivel (hámréteg, haj és testszőrzet, körmök, ajkak és külső nemi szervek) vagy a fogakkal és a szájüreg nyálkahártyájával érintkezésbe kerüljön, kizárólag vagy első sorban azok tisztítása, illatosítása, kinézetük megváltoztatása, védelme, megfelelő állapotban tartása céljából, vagy a testszag megszüntetése érdekében.

162. Az 1223/2009/EK rendelet 20. cikkének (1) bekezdése értelmében kozmetikai termékek címkézésekor, forgalmazásakor és reklámozásakor tilos az olyan megszővegezés, valamint



az olyan elnevezések, védjegyek, képek és egyéb képi vagy más megjelölések használata, amelyek olyan tulajdonságok vagy funkciók meglétére utalnak, amelyekkel az adott termék nem rendelkezik.

163. Az 1223/2009/EK rendelet 4. cikk (2) bekezdése szerint minden forgalomba hozott kozmetikai termék esetében a felelős személy biztosítja az e rendeletben meghatározott kötelezettségek betartását.
164. Az 1223/2009/EK rendelet 5. cikk (1) bekezdése szerint a 20. cikknek való megfelelést a felelős személy biztosítja.
165. A kozmetikai termékekről szóló 246/2013. (VII.2.) Kormányrendelet 4. § (1) bekezdés d) pontja szerint az 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdésében foglalt szabályok betartásának hatósági ellenőrzését az Fttv.-ben meghatározott hatóság az Fttv.-ben meghatározott szabályok szerint végzi, és hatáskörében eljár a rendelkezések megsértése esetén.
166. A szintén 2013. július 11-től alkalmazandó 655/2013/EU rendelet 1. cikkének rendelkezése szerint a rendelet a szövegek, nevek, védjegyek, képek és képi vagy egyéb jelek formájában feltüntetett állításokra alkalmazandó, amelyek a címkézés, a piaci hozzáférhetőség biztosítása és a reklámozás során explicit vagy implicit módon a kozmetikai termékek jellemzőire, illetve funkcióira vonatkoznak. A rendelet a használt médium, illetve marketingeszköz típusától, a termék állítólagos funkcióitól és a célcsoporttól függetlenül valamennyi állításra alkalmazandó.
167. A 655/2013/EU rendelet 2. cikk értelmében az 1223/2009/EK rendelet 4. cikkében meghatározott felelős személy biztosítja, hogy a kozmetikai termékekre vonatkozó állítások szövegezése megfeleljen a 655/2013/EU rendelet mellékletében felsorolt közös kritériumoknak, és összhangban legyen a kozmetikai terméktől várt hatást igazoló dokumentációval, amelyet az 1223/2009/EK rendelet 11. cikkében előírt termékinformációs dokumentáció tartalmaz.
168. A 655/2013/EU rendelet mellékletének 3. *Bizonyítékokkal való alátámasztás* című része az alábbi rendelkezéseket tartalmazza:
- „1. A kozmetikai termékekre vonatkozó, akár explicit akár implicit állításokat megfelelő és ellenőrizhető bizonyítékokkal kell igazolni, az alátámasztó bizonyítékok típusától függetlenül, ideértve szükség esetén a szakértői értékeléseket is.*
- 2. Az állításokat alátámasztó bizonyítékoknak figyelembe kell venniük a jelenlegi legkorszerűbb gyakorlatokat.*
- 3. Amennyiben az állításokat tanulmányokkal támasztják alá, ezeknek a termékhez és az állítólagos gyógyhatáshoz kell kapcsolódnuk, kellően megtervezett és kivitelezett (érvényes, megbízható és megismételhető) módszereket kell követniük, valamint etikai megfontolásokat is figyelembe kell venniük.*
- 4. A bizonyítékok szintjének meg kell felelnie az állítás típusának, különösen az olyan állítások esetében, amelyeknél a termék hatásának hiánya biztonságossági problémát okozhat.*

5. A kimondottan túlzó állításokat, amelyeket egy átlagos végfelhasználó nem szó szerinti értelemben használ (hiperbolák), vagy az absztrakt állításokat nem kell alátámasztani.

6. Az olyan állításokat, amelyek az összetevő tulajdonságait (explicit vagy implicit módon) a késztermékre vetítik ki, megfelelő és ellenőrizhető bizonyítékokkal alá kell támasztani, például annak kimutatásával, hogy a termék az összetevőt hatékony koncentrációban tartalmazza.

7. Az állítás elfogadhatóságának megítélése az összes tanulmány, adat és rendelkezésre álló információ bizonyító erején kell, hogy alapuljon – az állítás természetétől és az átlagos végfelhasználók általános ismereteitől függően.”

169. A 655/2013/EU rendelet mellékletének 4. Megbízhatóság című részének 1. pontja szerint a termék hatásának jellemzése nem lépheti túl a rendelkezésre álló alátámasztó bizonyítékokat, 3. pontja szerint amennyiben egy termék hatása bizonyos körülményektől függ, mint például más termékek együttes használatától, ezt világosan meg kell nevezni.

170. A 655/2013/EU rendelet mellékletének 5. Méltányosság című részének 1. pontja szerint a kozmetikai termékekre vonatkozó állításoknak objektívnek kell lenniük, és nem kelthetik rossz híret sem a konkurenciának, sem a legálisan használható összetevőknek.

## VIII.

### Jogi értékelés

#### VIII.1. Hatály, hatáskör és illetékesség

171. A vizsgált magatartásra az Fttv. rendelkezései alkalmazandók tekintettel arra, hogy a NATURPRODUKT Kft. kommunikációit Magyarországon tette közzé, az alkalmazott tájékoztatások az Fttv. 2. § a) pontja szerinti természetes személy fogyasztóknak szólnak. Az Fttv. hatálya ezért az Fttv. 1. § (1) és (2) bekezdésére figyelemmel megállapítható, kivéve a gyógyszerészeknek és bőrgyógyászoknak kiküldött szakmai hírlevelet,<sup>110</sup> amely kapcsán nem valószínűsíthető, hogy azok természetes személy fogyasztókhoz is eljuthattak, így azokat az eljáró versenytanács figyelmen kívül hagyta. Az eljáró versenytanács ugyanakkor a szakmai levelezőlistára megküldött e-mail<sup>111</sup> kapcsán nem tartotta kizárhatónak, hogy az természetes személy fogyasztókhoz is eljuthatott, mivel a NATURPRODUKT Kft. nem specifikálta részletesebben a címzetti kört, a levél megfogalmazása azonban („Tisztelt vásárló!”) nem utal arra, hogy azt kifejezetten szakmai közönségnek, orvosoknak, gyógyszerészeknek szánták volna (ellentétben az imént említett e-DM levéllel, amelynek címzése: „Kedves Doktornő, Doktor Úr!”).

172. A Parusan elnevezésű termékek továbbá kozmetikumoknak minősülnek, így esetükben a kozmetikumokra irányadó ágazati szabályokat, így az 1223/2009/EK rendelet előírásait is alkalmazni kell annak 1. cikkében foglalt rendelkezésre tekintettel.

173. Az Fttv. 6. § (1) bekezdés rendelkezéseinek feltételezett megsértése kapcsán rögzíthető, hogy a Parusan termékekkel kapcsolatos kereskedelmi kommunikáció széles körben jelent

<sup>110</sup> VJ/40-35/2018. számú irat 1. számú melléklete (B/406-5/2018.) 8. pont, A/6a melléklet

<sup>111</sup> VJ/40-37/2018. számú irat 1. számú melléklet 8. számú irat

meg, a kifogásolt kereskedelmi gyakorlat többek között országos médiaszolgáltatást végző médiaszolgáltatón (pl. M1, M2, Duna TV) keresztül valósult meg, melyre figyelemmel a verseny érdemi érintettsége az Fttv. 11. § (2) bekezdés a) pontja alapján megállapítható, és az Fttv. 10. § (3) bekezdésére figyelemmel az eljárás a GVH hatáskörébe tartozik. A GVH hatásköre az Fttv. 10. § (4) bekezdés értelmében a címkén, csomagoláson közzétett állítások vizsgálatára is kiterjed, tekintettel arra, hogy azok nem kizárólagosan ezen az eszközön jelentek meg.

174. A 1223/2009/EK rendelet feltételezett megsértése kapcsán kiemelendő, hogy a kommunikációs eszközök az Fttv. 6. § (1) bekezdése körében értékelt kommunikációs eszközökkel azonosak, melyek tekintetében a gazdasági verseny érdemi érintettsége megállapítható volt, ezért az eljárás a 246/2013. (VII. 2.) Kormányrendelet 4. § (1) bekezdés d) pontjára és az Fttv. 17. § (1) bekezdésére figyelemmel szintén a GVH hatáskörébe tartozik.

175. Az Fttv. melléklete 11. pontjának feltételezett megsértése kapcsán rögzíthető, hogy az érintett patikai magazinok terjesztési köre széles, valószínűsíthetően nagy számú patikát lefednek, így a fogyasztók széles köréhez eljuthatnak, amely – figyelembe véve a patikai lapterjesztés sajátosságait is – az Fttv. 11. § (1) bekezdés a) pontja alapján a verseny érdemi érintettségét megállapíthatóvá teszi, és így az Fttv. 10. § (3) bekezdésére figyelemmel az eljárás a GVH hatáskörébe tartozik.

176. A GVH illetékessége a Tpv. 45. § rendelkezésén alapul.

## **VIII.2. Az eljárás alá vontak felelőségének kérdése**

177. A NATURPRODUKT Kft.-nek a Parusan termékek értékesítésének növelése közvetlenül érdekében állt, az értékesítésekből árbevétele keletkezett, így felelősége az Fttv. 9. § (1) bekezdés rendelkezéseire tekintettel megállapítható az Fttv. körében vizsgáltak tekintetében. A Dr. Theiss Naturwaren GmbH felelősége az Fttv. megsértése kapcsán szintén megállapítható az Fttv. 9. § (1) bekezdésére figyelemmel, mivel a vállalkozásnak gyártóként a termék értékesítése közvetlenül érdekében állt, a magyarországi értékesítés kapcsán árbevételt realizált.

178. Aláhúzendó továbbá, hogy a Dr. Theiss Naturwaren GmbH az 1223/2009/EK rendelet 5. cikk (1) bekezdése alapján biztosítja, hogy az érintett termékek – jelen esetben a Parusan termékek – az 1223/2009/EK rendelet 20. cikkében foglalt követelményeknek megfeleljen, e körben felelősége ugyancsak megállapítható.

179. A szerkesztői tartalomnak álcázott reklámok körében vizsgáltak esetén, tekintve, hogy azok szintén a Parusan termékek értékesítését mozdíthatták elő, a NATURPRODUKT Kft. érdekeltsége, így az Fttv. 9. § (1) bekezdés szerinti felelősége egyértelműen megállapítható. A kiadó vállalkozások, így a PATIKA TÜKÖR Kft. és a Medicnet Media Kft. felelősége az Fttv. 9. § (3) bekezdés értelmében szintén fennáll, hiszen a kereskedelmi kommunikáció megjelenítési módjával összefüggő okból eredő jogsértésért az is felel, aki a kereskedelmi kommunikációt az arra alkalmas eszközök segítségével megismerhetővé teszi, valamint aki önálló gazdasági tevékenysége körében a kereskedelmi kommunikációt megalkotja vagy ezzel összefüggésben egyéb szolgáltatást nyújt, kivéve, ha a jogsértés az Fttv. 9. § (1) bekezdés szerinti vállalkozás utasításának végrehajtásából ered.

### **VIII.3. Az érintett fogyasztói célcsoport**

180. A vizsgált kereskedelmi kommunikációval elsősorban azok a nők érintettek, akiknek hajhullással összefüggő problémájuk van. A termékeket kifejezetten nők számára ajánlják, mind a csomagolás, mind a kommunikációs üzenetek hangsúlyozták ezt a körülményt. A kereskedelmi kommunikációt, illetve annak üzenetét ezért e jól körülhatárolt csoport szempontjából szükséges vizsgálni és elemezni az Fttv. 4. § (1) bekezdése alapján.
181. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint továbbá azt mindenképpen szükséges látni, hogy tekintve, hogy a hajhullás egy összetett, részben esztétikai, részben egészségügyi probléma, amennyiben annak mennyisége a szakemberek által meghatározott napi 60-100 szál mennyiségét meghaladja, a kereskedelmi kommunikáció üzenete az érintett női célcsoportot érzékenyebben érintheti. Ezért e csoport tagja – amennyiben a túlzott hajhullás jeleit észleli magán, illetve amennyiben a hajhullása valamilyen egészségügyi problémával összefüggő okra vezethető vissza (pl. hiányos táplálkozás, hormoningadozás) – kifejezetten fogékony lehet a hajhullás mértékének csökkentését célzó készítményekre, illetve az azokkal kapcsolatos kereskedelmi kommunikációra, különösen, ha a kereskedelmi kommunikációban egészségügyi szakemberek is ajánlják a terméket. Mindezek következtében az eljáró versenytanács szerint a célcsoport tagjain belül lehettek olyanok is, akik az Fttv. 4. § (2) bekezdése szerinti értelemben különösen kiszolgáltatottnak, sérülékenynek tekinthetők.
182. Fentiekre figyelemmel az eljáró versenytanács a kereskedelmi gyakorlatot a hajhullással érintett nők, mint az Fttv. 4. § (1) bekezdés szerinti jól körülhatárolható csoport szempontjából vizsgálta, figyelemmel arra, hogy e csoport tagjai között lehettek az Fttv. 4. § (2) bekezdés szerinti sérülékeny, kiszolgáltatott fogyasztók is.

### **VIII.4. A vizsgált magatartások értékelése**

183. Jelen eljárásban az eljáró versenytanácsnak azt szükséges értékelnie, hogy
- a) egyrészt a Parusan termékeket forgalmazó NATURPRODUKT Kft., valamint a Dr. Theiss Naturwaren GmbH az Fttv. 6. § (1) bekezdésébe, valamint az 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdésébe ütköző magatartást tanúsítottak-e, mikor a nevezett termékekkel kapcsolatban azok egészségre gyakorolt hatásával kapcsolatban tettek közzé állításokat,
  - b) másrészt, hogy a NATURPRODUKT Kft. mint reklámozó, valamint a PATIKA TÜKÖR Kft. és a Medicnet Media Kft. mint egyes patikai lapok kiadásáért felelős vállalkozások szerkesztői tartalomnak álcázott reklámot tettek-e közzé a Parusan termékek népszerűsítése során, az Fttv. mellékletének 11. pontjába ütköző módon.

#### VIII.4.1. Az egészségre ható állítások értékelése

184. A versenytanácsi gyakorlat szerint egészségre ható állításoknak tekinthetők azon állítások, melyek az emberi szervezet normál állapotának fenntartására, javítására, működésének fokozására, a természetes, de negatív folyamatok lassítására vagy megakadályozására vonatkoznak. Tekintve, hogy a Parusan termékekkel kapcsolatban épp a diffúz hajhullás, mint részben természetes, ámde negatív folyamat lassítására, visszafordítására vonatkozó állításokat alkalmaztak, azok egyértelműen megfelelnek az egészségre ható állítás kategóriájának.

185. Az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontja szerinti értékelés során vizsgálandó, hogy a kereskedelmi gyakorlat
- valótlan információt vagy valós tényt félrevezető módon tartalmazott-e
  - az áru lényeges jellemzőjéről,
  - ezáltal olyan ügyleti döntés meghozatalára készítette-e a fogyasztót, amelyet egyébként nem hozott volna meg.
186. A vizsgálattal érintett termék célcsoportja szempontjából az, hogy a termék rendelkezik-e ténylegesen hajhullást csökkentő, visszafordító, hajsálakat erősítő hatással, a termék lényeges tulajdonságának tekinthető. Mint ahogyan azt fentebb már kifejtette az eljáró versenytanács, amennyiben egy nő a normál mértéket meghaladó hajhullással küzd, számára különösen lényeges lehet, hogy egy termék képes-e az adott probléma mértékét csökkenteni. Az ilyen tartalmú kereskedelmi kommunikáció ennél fogva felkeltheti a célcsoport érdeklődését, és befolyásolhatja azon döntését, hogy a hajhullás csökkentése érdekében tegyen-e bármilyen lépést, kipróbálja-e az eljárás tárgyát képező terméket (hagyományos vagy más speciális sampon helyett), vagy valamilyen más megoldási módot keressen (életmód megváltoztatása, étrend-kiegészítő szedése, orvos felkeresése, stb.).
187. Ami a reklámokban közölt információk valóságtartalmát, félrevezető jellegét illeti, az Fttv. 14. § rendelkezése alapján a vállalkozás – az eljáró hatóság felhívására – a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát igazolni köteles. Jelen eljárásban a NATURPRODUKT Kft. és a Dr. Theiss Naturwaren GmbH egyaránt számos bizonyítékot nyújtott be annak érdekében, hogy a termékkel kapcsolatban alkalmazott állítások megalapozottságát igazolni tudja. Az eljáró versenytanács hangsúlyozza, hogy a kozmetikumokra vonatkozó speciális szabályozás folytán az Fttv. szerinti igazolási kötelezettségnek az irányadó ágazati szabályozásnak, így különösen az 1223/2009/EK rendelet és a 655/2013/EU rendelet előírásainak is meg kell felelnie. Az egyes bizonyítékoknak a kereskedelmi gyakorlatokban megjelent állítások igazolására, alátámasztására való alkalmassága megítélése érdekében a GVH szakértőként rendelte ki az OGYÉI-t.
188. A szakértő által képzett A) – J) kategóriák az alábbiak szerint feleltethetőek meg az ügyindító végzésben illetve a kiterjesztő végzésben megfogalmazott állításoknak. Az A), B), C), D) és E) kategóriákra a versenyfelügyeleti eljárás vitathatatlanul kiterjed, hiszen azok az ügyindító végzésben konkrétan nevesítésre kerültek, vagy a nevesített állításokkal azonos tartalmúnak tekinthetőek. Az F) kategóriába eső állítások összetett állítások, gyakorlatilag a hajhullás csökkentésének és a termék stimuláló hatásának egyesített üzeneteit jelenítik meg. Ezeket az eljáró versenytanács ennek megfelelően elkülönítve, az ügyindító végzés ii) és v) pontjai keretében értékelte. Hasonlóképpen, a szakértő által a H) kategóriába sorolt állítások megfeleltethetőek az ügyindító és kiterjesztő végzésben megfogalmazott stimuláló hatásnak és hajhullást csökkentő hatásnak, míg az állítások összetevőkre vonatkozó részeire az eljárás nem terjed ki. A szakértő által meghatározott G) és I) típusú állításokban a tápanyagokkal való ellátás megfeleltethető az ügyindító végzés iii) pontja szerinti állítás második felével, míg az összetevőkre illetve az ápolásra vonatkozó részek nem képezik az eljárás tárgyát. Végezetül, a szakértő által a J) csoportba sorolt állítások kapcsán az eljáró versenytanács megállapította, hogy azok részben szintén a

hajhullás csökkenését tartalmazzák, ekként az ügyindító végzés v) pontja szerint értékelendő, míg az állítás azon részére, hogy a kapcsolat vizsgálatokkal igazolt, az eljárás ugyancsak nem terjed ki.

189. A fentiek értelmében az eljáró versenytanács az egyes állítások kapcsán az alábbiak szerint vette figyelembe az OGYÉI szakvéleményében foglalt megállapításokat:

Ügyindító végzés szerinti kategória	Az értékelés során figyelembe vett, szakértői vélemény szerinti kategória
i)	A), E)
ii)	B), részben F), részben H)
iii)	C), részben G), részben I)
iv)	D)
v)	E), részben F), részben H), részben J)

190. Az i) csoportba tartozó állítások egyrészt a stressz, illetve hormonváltozás és a hajhullás, hajritkulás kapcsolatára utaltak, másrészt viszont azt is sugallják, hogy ennek megoldására a Parusan termékek alkalmasak. Az állítás első felével kapcsolatban a szakértő szakvéleményében megállapította, hogy a stressznek és a hormonváltozásnak a haj állapotára gyakorolt hatása köztudomású, illetőleg a szakirodalomban is ismert. A Parusan termékek hajhullás kezelésére való alkalmasságát a szakértői vélemény azonban nem látta igazoltnak, mivel a benyújtott kutatások lefolytatásával és az eredmények interpretációjával, az ok-okozati kapcsolat létével kapcsolatban kételyek merültek fel, és a termékben lévő hatóanyagok hatásos mennyiségének jelenléte sem volt megfelelően bizonyított. Mivel azonban a NATURPRODUKT Kft., illetve a Dr. Theiss Naturwaren GmbH utóbb megfelelően igazolta, hogy a termékek az AnaGain gyártója által ajánlott mennyiségben tartalmazzák az AnaGain összetevőt, az eljáró versenytanács arra a következtetésre jutott, hogy az i) csoportba tartozó állítások nem megtévesztőek, mivel megfeleltethetők az OGYÉI szakvéleményében foglaltak szerint a Mibelle Biochemistry által megfelelően igazolt, hajhullás csökkentésére vonatkozó állításnak.

191. Az ii) jelű állítások hajnövekedést serkentő, stimuláló hatást ígértek, ugyanakkor az OGYÉI szakvéleményében megállapította, hogy azok szintén nem bizonyítottak, mivel a benyújtott kutatások lefolytatásával és az eredmények interpretációjával, az ok-okozati kapcsolat létével kapcsolatban kételyek merültek fel, és a termékben lévő hatóanyagok hatásos mennyiségének jelenléte sem volt megfelelően alátámasztva. Mivel azonban a NATURPRODUKT Kft., illetve a Dr. Theiss Naturwaren GmbH utóbb megfelelően igazolta, hogy a termékek az AnaGain gyártója által ajánlott mennyiségben tartalmazzák az AnaGain összetevőt, az eljáró versenytanács arra a következtetésre jutott, hogy az ii) csoportba tartozó állítások nem megtévesztőek, mivel megfeleltethetők az OGYÉI szakvéleményében foglaltak szerint a Mibelle Biochemistry által megfelelően igazolt, a haj növekedésének serkentésére vonatkozó állításnak.

192. Az iii) jelű állítások a vérkeringés fokozását és a tápanyagellátás javítását ígérték. Az OGYÉI szakvéleményében azonban kifejtette, hogy a különféle hatóanyagok funkciójára, hatásos mennyiséghez való viszonyára vonatkozó információk hiányosak illetve

ellentmondásosak, így ezen állítások igazoltsága nem állapítható meg. Mivel e körben a NATURPRODUKT Kft., illetve a Dr. Theiss Naturwaren GmbH további bizonyítékokat utóbb sem bocsátott a GVH rendelkezésére, az eljáró versenytanács értékelése szerint az iii) jelű állítások – az Fttv. 14. §-ában foglaltakra is figyelemmel – valótlannak tekinthetők.

193. Az iv) jelű állítások a hajszálak erősítésére vonatkozó üzenetet hordoztak. Az OGYÉI szakvéleményében azonban kifejtette, hogy a különféle hatóanyagok funkciójára, hatásos mennyiséghez való viszonyára vonatkozó információk hiányosak, illetve ellentmondásosak, így ezen állítások igazoltsága sem állapítható meg. Mivel e körben a NATURPRODUKT Kft., illetve a Dr. Theiss Naturwaren GmbH további bizonyítékokat utóbb sem bocsátott a GVH rendelkezésére, az eljáró versenytanács értékelése szerint – az Fttv. 14. §-ában foglaltakra is figyelemmel – az iv) jelű állítások is valótlannak tekintendők.

194. Ami az v) jelű állításokat illeti, fentebb már említésre került [az i) állításokkal összefüggésben], hogy a hajhullás csökkentésére utaló állítások nem megtévesztőek, ami az v) jelű állításcsoportba tartozó állítások kapcsán is arra a következtetésre vezet, hogy azok is megfelelően alátámasztottak a NATURPRODUKT Kft., illetve a Dr. Theiss Naturwaren GmbH által utóbb csatolt, az AnaGain összetevő mennyiségére vonatkozó bizonyítékok által.

195. A szakértői vélemény szerint a hajhullás csökkentése kapcsán alkalmazásra kerültek túlzó, hiperbolikus állítások, amelyeket maguk a fogyasztók sem értenek szó szerint, ezen állításokat a 655/2013/EU rendelet értelmében (melléklet 3.5. pont) nem kell bizonyítani, alkalmazásuk nem tekinthető jogsértőnek. A szakértő két ilyen túlzó állítást azonosított, ezek a „*Vess véget a hajhullásnak*”, „*Nincs több hajhullás*” állítások. E tekintetben ugyanakkor a szakértő véleménye nem köti az eljáró versenytanácsot, mivel a fogyasztói értelmezés megállapítása olyan kérdés, aminek eldöntéséhez a GVH rendelkezik hatáskörrel és megfelelő kompetenciával, szakismerettel. Az eljáró versenytanács értékelése szerint pedig sem a szakértő által kiemelt, sem az azokhoz hasonló üzenetet közvetítő „*Állítsd meg a hajhullást a Parusan-termékekkel!*”, „*Vedd fel a harcot a hajhullás ellen!*” állítások nem tekinthetők túlzó, hiperbolikus állításoknak az üzenet fogyasztói interpretációja során. Ahogyan korábban kifejtésre került, az érintett termékek célcsoportja részben különösen kiszolgáltatott fogyasztói körnek tekinthető, és további tagjai is – hajhullással kapcsolatos problémáik miatt – hajlamosabbak, fogékonyabbak lehetnek az annak csökkentését, sőt, megszüntetését ígérő hirdetésekre. Éppen ezért, az eljáró versenytanács szerint az említett állításokat a fogyasztók nem a hajhullás teljes megszüntetésével, hanem a kóros hajhullás megszüntetésével azonosítják, ami viszont már nem tekinthető olyan jellegű túlzásnak, aminek túlzó jellege a fogyasztók számára is nyilvánvalóan felismerhető. Különösen nem válhattak ilyenné a fogyasztók szemében a „Nincs több hajhullás” vagy „Állítsd meg a hajhullást!” illetve hasonló szlogenek, figyelemmel arra, hogy egyes reklámokban a hitelesség fokozása érdekében gyógyszerészek, népszerű emberek szerepeltetésére is sor került. Mivel az AnaGain összetevő kapcsán az OGYÉI szakvéleménye szerint is csak a hajhullás csökkenése nyert igazolást, a teljes megszűnése nem, így az utóbbi ígéretet tartalmazó vagy sugalló megfogalmazások – az Fttv. 14. §-ában foglaltakra is figyelemmel – valótlannak tekinthetők.

196. Megjegyzi továbbá az eljáró versenytanács, hogy még ha a benyújtott kutatások, tanulmányok alá is támasztották volna a NATURPRODUKT Kft. illetve a Dr. Theiss Naturwaren GmbH kereskedelmi kommunikációkban alkalmazott, fentebb kifogásolt állításait, az csak a tanulmányok létrejöttét / közzétételét követő időszakra vonatkozóan alkalmazott állítások megítélését befolyásolta volna. A versenytanács következetes gyakorlata szerint ugyanis az állítás valóságnak való megfelelését a vállalkozásnak a reklám közzétételének időpontjában tudnia kell bizonyítania, méghozzá egyebek között azon elvárás mentén, hogy a kijelentés megalapozását célzó vizsgálatnak a reklám által elért fogyasztók szempontjából átlagosnak mondható személyi és tárgyi körülmények között, elfogadható nagyságú mintán kell történnie (pl. a tesztelésben részt vevő személyek esetében ne érvényesüljenek a termék mindennapi használata során nem érvényesülő feltételek).<sup>112</sup>
197. Mindezek alapján az eljáró versenytanács megállapítja, hogy az ügyindító végzésben megjelölt, illetve a kiterjesztő végzés szerinti egészségre ható állítások közül a iii) és iv) csoportba tartozó állítások, valamint az v) csoportba sorolt állítások közül a hajhullás megszüntetését ígérő üzenetek jogi szempontból nem megfelelően igazoltak, így a NATURPRODUKT Kft. és a Dr. Theiss Naturwaren GmbH 2017 januárjától megtévesztő állításokat tettek közzé egyes televíziós reklámokban, e-DM levelekben, Facebook hirdetésekben, Facebook posztokban, Google Adwords hirdetésekben, Youtube videókban, nyomtatott sajtóhirdetésekben, a termékek csomagolásán, moziban elhelyezett reklámhordozókon és online sajtóhirdetésekben, megvalósítva ezzel az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pont bj) alpontjában foglaltakat, megsértve az Fttv. 3. § (1) bekezdésében rögzített tilalmat.
198. Tekintettel arra, hogy a fentebb írtaknak megfelelően az Fttv. szerinti igazolási kötelezettségnek az irányadó ágazati szabályozásnak, így különösen az 1223/2009/EK rendelet és a 655/2013/EU rendelet előírásainak is meg kell felelnie, továbbá hogy az OGYÉI szakvéleményét ugyancsak az 1223/2009/EK rendelet és a 655/2013/EU rendelet előírásainak figyelembevételével készítette el, a fentiek egyben azt is jelentik, hogy az ügyindító végzésben megjelölt, illetve a kiterjesztő végzés szerinti egészségre ható állítások közül a iii) és iv) csoportba tartozó állítások, valamint az v) csoportba sorolt állítások közül a hajhullás megszüntetését ígérő üzenetek e rendeletek szabályainak sem felelnek meg, azaz az 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdésébe ütközően a Parusan termékeknek olyan tulajdonságokat tulajdonítanak, amelyekkel az nem rendelkezik. E rendelkezések megsértéséért az 1223/2009/EK rendelet 4. cikk (3) bekezdése szerint a gyártó, mint felelős személy felel.
199. Az eljáró versenytanács megállapítja ugyanakkor, hogy az ügyindító végzésben megjelölt, illetve a kiterjesztő végzés szerinti egészségre ható állítások közül az i), ii) és v) csoportba tartozó állítások – ide nem értve a hajhullás megszüntetését ígérő üzeneteket – megfelelően bizonyítottak, mivel az OGYÉI szakvéleménye szerint az AnaGain összetevő kapcsán kétséget kizáróan igazolt, hogy aktiválja a hajtüsző hajnövekedéséért felelős sejteit, serkenti a haj növekedését, meghosszabbítja a növekedési fázist, ezáltal csökkenti

---

<sup>112</sup> A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsának az Fttv.-vel, Grt.-vel és a Tpvt III. fejezetével, a Gyftv.-vel, Éltv.-vel és az 1169/2011/EU rendelettel kapcsolatos elvi jelentőségű döntései (a továbbiakban: Elvi jelentőségű döntések), I.14.2. pont.



a hajhullást az ajánlott 2-4% alkalmazási koncentrációnál, és a NATURPRODUKT Kft. illetve a Dr. Theiss Naturwaren GmbH alátámasztotta, hogy az AnaGain összetevőt a Parusan termékek a gyártó által ajánlott koncentrációban tartalmazzák, így e körben az eljárás alá vontak magatartása nem jogsértő.

#### VIII.4.2. A szerkesztői tartalomnak álcázott reklámmal kapcsolatos magatartás értékelése

200. Az Fttv. mellékletében foglalt tényállás megvalósítása akkor állapítható meg, ha a tényállás valamennyi eleme megvalósult. Így jelen eljárásban az Fttv. mellékletének 11. pontja kapcsán azt szükséges megvizsgálni, hogy

- a) az írott vagy elektronikus médiában szerkesztői tartalom használata történt-e,
- b) mely az áru értékesítésének, igénybevételének előmozdítását célozta,
- c) ezért a vállalkozás ellenszolgáltatást nyújtott,
- d) mely nem tűnt ki egyértelműen a tartalomból vagy a fogyasztó számára egyértelműen felismerhető képi vagy akusztikus elemekből.

Ad a)

201. Az sem a Patika Tükör magazin XXIV. évfolyam 2017/8. számában megjelent olvasói levél, sem a Recept nélkül magazin 2017. márciusi számában megjelent „*Napi 60-100 hajszál kihullása még normális lehet*” című tartalom esetén nem kérdéses, hogy szerkesztői tartalomról van szó. [ÜZLETI TITOK] Bár az e-mail kapcsán bebizonyosodott, ahogyan erre a PATIKA TÜKÖR Kft. nyilatkozata is felhívta a figyelmet, hogy a lapszerkesztési tervben foglalt 2017. július 7-i határidő a cikk elkészítésére nem teljesült, ugyanakkor ez sem vonja kétségbe azt a körülményt, hogy a tartalmat a PATIKA TÜKÖR Kft. készítette. A PATIKA TÜKÖR Kft. maga is azzal érvelt, hogy az olvasói levél formátum egy bevett publicisztikai műfaj a lapban, amely az olvasók által is ismert és kedvelt. A Medicnet Media Kft. esetén semmi nem utal arra, sem a Medicnet Media Kft. nyilatkozata, sem a NATURPRODUKT Kft. által becsatolt levelezés, hogy az érintett tartalmat ne a szerkesztőség készítette volna. Sőt, a cikk alatt szerepel forrásként a vital.hu oldalra történő hivatkozás, amely ugyancsak a Medicnet Media Kft. által működtetett honlap.

Ad b)

202. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint nyilvánvalóan mindkét kérdéses cikk azt a célt szolgálta, hogy a Parusan termékek értékesítését előmozdítsa. Mint ahogyan az korábban bemutatásra került, a Patika Tükör magazin szerkesztési elve, hogy az újság tartalmának 50%-át nem haladhatja meg a hirdetések mennyisége. Mivel a kiadvány nyomtatásának, terjesztésének költségét nagyobb részben a hirdetési bevételek fedezik, érthető módon az újság rentabilitása szempontjából jelentős kérdés, hogy valamennyi meglévő tartalomhoz sikerül-e hirdetőt találni az adott számba. A hirdetők számára pedig kecsgetető, hogy olyan helyen tudják hirdetésüket elhelyezni, ahol az adott téma iránt érdeklődő fogyasztók biztosan észlelik a hirdetést a cikk elolvasása után, így növelve az esélyét annak, hogy később vásároljanak a termékből.

203. A PATIKA TÜKÖR Kft. vitatta, hogy az eljárás tárgyát képező olvasói levél a Parusan termékek értékesítésének előmozdítását szolgálta volna, hivatkozva arra, hogy a cikk általános hajápolással kapcsolatos hívószavai semmilyen formában nem „rímelnek” a Parusan hirdetés hajhullás csökkentésével kapcsolatos üzenetére. A NATURPRODUKT

Kft. és a Dr. Theiss Naturwaren GmbH is kiemelte, hogy a vizsgált cikkek és az érintett reklámmegjelenések között sem szakmai, sem tartalmi összefüggés nem állt fenn. Azt ugyanakkor mindannyian elismerték, hogy bevett gyakorlat a hirdetőik részéről, hogy olyan lapban kívánnak megjelenni a termékeikkel, ami adott esetben jellegéből, tematikájából adódóan illik a termékhez, illetve hogy hirdetéseiket igyekeznek a kapcsolódó témájú cikkek környezetében elhelyezni. Az eljáró versenytanács egyetért azzal, hogy ez a hirdetői gyakorlat elterjedt a piacon. Éppen ez a körülmény, illetve az eljárás alá vontak imént idézett érvei támasztják alá az eljáró versenytanács szerint azt a következtetést, hogy a cikkeknek is van értékesítés-ösztönző szerepe, mivel hozzájárulnak a kapcsolódó hirdetések pontosabb célzásához, hatékonyabb eléréséhez. Ezt igazolja a NATURPRODUKT Kft. és a PATIKA TÚKÖR Kft. [ÜZLETI TITOK] levélváltása is, mely szerint [ÜZLETI TITOK]. Egy észszerűen eljáró, profitorientált, a reklámozásban már jártasságot szerzett gazdasági szereplőről, mint amilyen a NATURPRODUKT Kft., az eljáró versenytanács szerint alappal feltételezhető, hogy a termékeihez kapcsolódó témajavaslatok megfogalmazása során tekintetbe veszi azoknak a termékei kelendőségére gyakorolt hatását. Nyilvánvalóan nem ezt a – közvetett kapcsolatot jelentő – témát javasolta volna a NATURPRODUKT Kft., ha nem lett volna meggyőződve arról, hogy egy ilyen tartalmú cikk mellett elhelyezve a hirdetését, nagyobb eséllyel keltheti fel az érintett olvasók érdeklődését, olyannyira, hogy [ÜZLETI TITOK]. Megjegyzi az eljáró versenytanács, hogy a rendelkezésre álló bizonyítékok alapján tényállásellenes a PATIKA TÚKÖR Kft. azon kijelentése (v.ö. 132. pont), hogy a hirdetésre vonatkozó egyeztetések kezdetekor a lapterv már tartalmazta a nyári hajápolást mint tervezett témát, illetve hogy a cikk megírása már folyamatban volt.

204. Még egyértelműbb a Recept Nélkül magazinban megjelent cikk vásárlás-ösztönző hatása, tekintve, hogy abban kifejezetten a hajhullásról van szó (még ha abban nem is jelennek meg konkrét termékek vagy márkák), és a Parusan hirdetése is elsősorban a hajhullás problémáját emeli ki.

Ad c)

205. Az Fttv. melléklet 11. pontja kapcsán a jogsértés megállapíthatóságának egyik fő mozzanata, hogy a szerkesztői tartalom megjelenítésével összefüggésben a hirdető nyújtott-e ellenszolgáltatást. E körben nem annak van jelentősége, hogy az ellenszolgáltatást milyen jogcímen nyújtotta, illetve, hogy a számlán a cikkel összefüggésben jelenik meg az ellentételezés, hanem, hogy az eset összes körülményéből megállapítható-e az ellentételezés ténye. A Versenytanács következetes gyakorlata értelmében<sup>113</sup> a szerkesztői tartalomnak álcázott reklám ellenszolgáltatásának megvalósulása nemcsak akkor állapítható meg, ha a felek a közöttük létrejött megállapodásban vagy az általuk kibocsátott számlán, pénzügyi elszámolásukban stb. kifejezetten nevesítették a szerkesztői tartalomnak álcázott reklámért fizetendő ellenszolgáltatást. Az ellenszolgáltatás léte akkor is megállapítást nyer, ha

- a felek megállapodása magában foglalja a fogyasztók számára is felismerhető reklám mellett a szerkesztői tartalomnak álcázott reklámot is, s az ellenszolgáltatás egy összegben kerül megállapításra;

---

<sup>113</sup> Elvi jelentőségű döntések, M.11.4. pont

- a reklámért fizetendő ellenértékből oly módon részesül kedvezményben a reklámozó (megbízottja), hogy a reklám egy része, így különösen a szerkesztői tartalomnak álcázott rész kapcsán „ingyenességben” állapotnak meg a felek;

- a reklámért fizetendő ellenérték csak a fogyasztók számára is egyértelműen felismerhető reklámokra vonatkozóan és összegben kerül kiszámlázásra a hirdető felé.

206. A Patika Tükör magazinban megjelent hirdetés kapcsán egyértelműen megállapítható, hogy a cikk megírására – a PATIKA TÜKÖR Kft. állításával ellentétben – nem 2017. július 7-éig került sor, hanem a hajkárosodással kapcsolatos tartalom megírását azt követően ajánlotta fel a szerkesztőség [ÜZLETI TITOK], hogy a NATURPRODUKT Kft. jelezte, hogy a lap tematikában álláspontja szerint a hirdetése egyik tervezett tartalomhoz sem tudna kapcsolódni. Bár a PATIKA TÜKÖR Kft. jogi álláspontjában hivatkozott arra, hogy egy szerkesztői tartalom megírása a megrendelőn és számlán jelzett összegnél magasabb összegbe kerülne, a levelezésből ugyanakkor az is megállapítható, hogy az adott esetben a médiaajánlóban meghatározott árak teljesen irrelevánsak voltak, a késői megjelenéssel összefüggésben a NATURPRODUKT Kft. igen jelentős, a szokásos [ÜZLETI TITOK] mértéket meghaladó [ÜZLETI TITOK] mértékű kedvezményben részesült. A levelezés alátámasztja, hogy annak érdekében készült el a szerkesztői tartalom, hogy a hirdetés a magazinban megjelenjen, így az eljáró versenytanács álláspontja szerint a hirdetés és a cikk megjelenése okszerűen összekapcsolódott: valószínűsíthető, hogy amennyiben nem készül szerkesztői tartalom a hajkárosodással összefüggésben, a NATURPRODUKT Kft. nem dönt a hirdetés adott számban történő megjelentetése mellett. Tehát jelen esetben a számlatartalomtól függetlenül a NATURPRODUKT Kft. a cikk és a hirdetés együttes megjelenítéséért fizetett a szokásos hirdetési árnál kedvezményesebb összeget a „*last minute*” megrendelésre figyelemmel. Az összekapcsolás tényét erősíti továbbá, hogy a témára a NATURPRODUKT Kft. tett konkrét javaslatot, majd pedig az elkészült szerkesztői tartalmat megkapta, abban módosításokat eszközölt. Bár módosításai csak helyesírási, valamint nyelvhelyességi természetűek voltak, ez nem változtat az ellenőrzés lehetőségének tényén, mely egy normál, tényleges szerkesztői tartalom esetén nem állna fenn.

207. A PATIKA TÜKÖR Kft. ugyan előadta, hogy a megrendelő szerint a NATURPRODUKT Kft. kérte a hirdetés megjelenését az olvasói levél rovathoz, a levelezés alapján azonban megállapítható, hogy a PATIKA TÜKÖR Kft. ajánlotta, hogy a magazin olvasói rovatába tartalmat készít a termékhez, a NATURPRODUKT Kft. javaslatának eleget téve.

208. A fentiek alapján megállapítható tehát, hogy a jelen esetben a Patika Tükör magazinban megjelent cikk kapcsán nem a patikai lapok és hirdetőik közötti szokásos, bevett piaci gyakorlatnak tekinthető együttműködés volt, amelynek értelmében a hirdetőik igyekeznek hirdetéseiket a termékeikhez kapcsolódó tartalmú szerkesztőségi témák közelében elhelyezni, hanem a NATURPRODUKT Kft. mintegy a hirdetés megrendelésének feltételeként javasolta a Parusan termékekhez kapcsolódóan a nyári hajápolást tárgyaló cikk megjelentetését. A szóban forgó eset annyiban is túlmutat a szokásos, bevett gyakorlaton, hogy a NATURPRODUKT Kft. lehetőséget kapott a szerkesztőségi tartalom ellenőrzésére, véleményezésére. Az a körülmény, hogy ezzel csak korlátozott mértékben élt, mivel csak helyesírási, nyelvhelyességi hibák javítására tett javaslatot, nem kérdőjelezi meg a

szerkesztőségi tartalom befolyásolására való lehetőségét, attól nem is zárkózott, nem is határolódott el elviekben sem. Mindezek következtében az a tény, hogy a megrendelőben, szerződésben szerkesztőségi cikk megjelentetése, ehhez kapcsolódóan külön díj megállapítása nem szerepel, nem cáfolja az eljáró versenytanács azon következtetését, miszerint a cikk elkészítésére ellentételezés fejében került sor: az ellentételezés implicit módon a hirdetés ellenértékének részét képezte, hiszen a hirdetés megjelentetésére a cikk hiányában nem került volna sor.

209. A Medicnet Media Kft.-vel kapcsolatban a rendelkezésre álló bizonyítékok alapján nem állapítható meg egyértelműen, hogy az ellentételezésre részben a cikkel összefüggésben, és nem kizárólag a hirdetéssel összefüggésben került volna sor. A Medicnet Media Kft. ugyanis, bár az éves tematikájának NATURPRODUKT Kft. részére történő elküldésétől elzárkózott, jelezte, hogy a [ÜZLETI TITOK]. Ennek a kitételnek az értelmezése ugyanakkor a rendelkezésre álló bizonyítékok alapján nem rekonstruálható, így nem világos, hogy pusztán azt jelentette-e, hogy a lapterv összeállítása során tekintettel vannak a potenciális hirdetőkre, vagy akár a tartalom nagyobb arányú befolyásolására is lehetősége nyílt a NATURPRODUKT Kft.-nek. E körben az eljáró versenytanács álláspontja szerint a további bizonyítási cselekményektől sem várható eredmény, különös figyelemmel arra, hogy a Medicnet Media Kft. előadása szerint az elektronikus leveleket nem őrzik meg, a NATURPRODUKT Kft. által becsatolt levelezések alapján pedig az látszik, hogy a hirdetéseket egy korábbi levélre válaszul küldték meg, tehát valószínűsíthetően több szálon futott a levelezés.

Ad d)

210. A Patika Tükör magazinban megjelent olvasói levélből, az arra adott válaszból egyáltalán nem volt megállapítható a fogyasztók számára, hogy a tartalmat – élve a szerkesztőség szóhasználatával – a hirdetéshez készítették. Bár a PATIKA TÜKÖR Kft. hivatkozott arra, hogy az olvasói levél csak egy kedvelt publicisztikai műfaj, ugyanakkor a fogyasztónak jelen esetben azt sem kellett feltételeznie, hogy a fogyasztói levél ne lenne valós tartalmú, és hogy magát az olvasói levelet és a kapcsolódó választ is a szerkesztőség készítette annak érdekében, hogy a megjelenő hirdetés tudjon kapcsolódni a magazin egyik tartalmához. Az eljáró versenytanács szerint a fogyasztók számára ugyanis az olvasói levéllel kapcsolatban az sem feltétlenül ismert, hogy az olvasói levélre a kiadók mint publicisztikai műfajra is tekintenek, és hogy az ilyen tartalmak mögött nem valós olvasói, fogyasztói jelzések is állhatnak, hanem azokat sok esetben a szerkesztőség fogalmazza meg. Emiatt a fogyasztók számára különösen nem lehetett egyértelmű, hogy a jelen eljárás tárgyát képező esetben az olvasói levelet nemcsak hogy a szerkesztőség írta, de kifejezetten azzal a szándékkal, hogy amellett a Parusan termékek hirdetését elhelyezze. Szintén nem utalt semmi a cikk és a hirdetés közötti esetleges kapcsolatra a Recept Nélkül magazinban (ugyanakkor erre a fentiek értelmében nem is feltétlenül lett volna szükség, amennyiben a tartalom befolyásolása és/vagy ellentételezés még közvetett formában sem történt a NATURPRODUKT Kft. részéről).

211. A fenti a)-d) pontokban kifejtettek alapján az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a Patika Tükör magazin 2017/8. számában megjelent olvasói levéllel és kapcsolódó hirdetéssel a PATIKA TÜKÖR Kft. és a NATURPRODUKT Kft. az Fttv. mellékletének

11. pontjába ütköző magatartást tanúsított, megsértve ezzel az Fttv. 3. § (1) bekezdésében rögzített tilalmat.

212. A Recept Nélkül magazinban megjelent tartalommal és hirdetéssel kapcsolatban ugyanakkor az eljáró versenytanács a Tpv. 60/A. § (1) bekezdés b) pontja alapján az eljárást megszünteti, mivel az eljárás során beszerzett bizonyítékok alapján nem állapítható meg, hogy a magatartás jogsértő-e, és az eljárás folytatásától sem várható eredmény.

### **VIII.5. Összegzés**

213. A fentiekben részletesen kifejtettekre tekintettel az eljáró versenytanács megállapítja, hogy

- a NATURPRODUKT Kft. és a Dr. Theiss Naturwaren GmbH által a Parusan Stimuláló sampon nőknek és Parusan Energizáló Tonik nőknek termékekkel kapcsolatban egyes televíziós reklámokban, e-DM levelekben, Facebook hirdetésekben, Facebook posztokban, Google Adwords hirdetésekben, Youtube videókban, nyomtatott sajtóhirdetésekben, saját weboldalon, a termékek csomagolásán, moziban elhelyezett reklámhordozókon és online sajtóhirdetésekben 2017 januárjától közzétett, azok hajritkulás, hajhullás elleni [i] és v) pontok] és hajnövekedést segítő, stimuláló [ii] pont] hatására vonatkozó állításai – ide nem értve a hajhullás megszüntetését ígérő üzeneteket – a Tpv. 76. § (1) bekezdés o) pontja alapján nem jogsértőek;
- a NATURPRODUKT Kft. és a Dr. Theiss Naturwaren GmbH fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor a Parusan Stimuláló sampon nőknek és Parusan Energizáló Tonik nőknek termékekkel kapcsolatban egyes televíziós reklámokban, e-DM levelekben, Facebook hirdetésekben, Facebook posztokban, Google Adwords hirdetésekben, Youtube videókban, nyomtatott sajtóhirdetésekben, a termékek csomagolásán, moziban elhelyezett reklámhordozókon és online sajtóhirdetésekben 2017 januárjától azok vérkeringést és tápanyag-ellátottságot fokozó [iii] pont] továbbá hajszálatokat erősítő [iv] pont], hajhullást megszüntető [v] pont] hatására vonatkozó, nem megfelelően igazolt egészségre ható állításokat tett, megsértve ezáltal – az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pont bj) alpontjára figyelemmel – az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat;
- a Dr. Theiss Naturwaren GmbH tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor a Parusan Stimuláló sampon nőknek és Parusan Energizáló Tonik nőknek termékekkel kapcsolatban egyes televíziós reklámokban, e-DM levelekben, Facebook hirdetésekben, Facebook posztokban, Google Adwords hirdetésekben, Youtube videókban, nyomtatott sajtóhirdetésekben, a termékek csomagolásán, moziban elhelyezett reklámhordozókon és online sajtóhirdetésekben 2017 januárjától azok vérkeringést és tápanyag-ellátottságot fokozó [iii] pont] továbbá hajszálatokat erősítő [iv] pont], hajhullást megszüntető [v] pont] hatására vonatkozó, nem megfelelően igazolt egészségre ható állításokat tett, megsértve ezáltal – a 655/2013/EU rendelet mellékletére is figyelemmel – az 1223/2009/EK rendelet 20. cikk (1) bekezdésében foglalt rendelkezéseket;
- a PATIKA TŰKÖR Kft. és a NATURPRODUKT Kft. az Fttv. melléklet 11. pontjába ütköző magatartást tanúsítva megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében rögzített

tilalmat, amikor a Patika Tükör 2017/8. számában szerkesztői tartalomnak álcázott reklámot tettek közzé.

214. A Recept Nélkül magazinban megjelent szerkesztői tartalom és hirdetés kapcsán az eljáró versenytanács az eljárást a Tpv. 60/A. § (1) bekezdés b) pontja alapján megszünteti, mivel a jogsértés a rendelkezésre álló adatok alapján nem állapítható meg, és az eljárás további folytatásától sem várható eredmény.

## IX.

### Jogkövetkezmények

#### IX.1. Általános megállapítások

215. Tekintettel arra, hogy a NATURPRODUKT Kft. és a Dr. Theiss Naturwaren GmbH akként nyilatkozott, hogy a Parusan termékekkel kapcsolatos kereskedelmi gyakorlatukkal 2020 januárjában és májusában felhagytak (ld. 110. pont), a szerkesztői tartalomnak álcázott reklám pedig egyetlen alkalommal jelent meg a Patika Tükör magazinban, így az eljáró versenytanács nem látta szükségesnek a magatartás folytatásától való eltiltást a Tpv. 76. § (1) bekezdés h) pontja alapján.
216. A fenti VIII.5. fejezetben azonosított jogsértésekre tekintettel az eljáró versenytanács a Tpv. 76. § (1) bekezdés k) pont, valamint a Tpv. 78. § (1) bekezdés a) pont rendelkezései alapján bírságot szab ki a NATURPRODUKT Kft.-vel és a Dr. Theiss Naturwaren GmbH-val szemben egyetemlegesen, valamint a PATIKA TÜKÖR Kft.-vel szemben, továbbá a NATURPRODUKT Kft.-t és a Dr. Theiss Naturwaren GmbH-t az eljárás során felmerült 295.894 Ft eljárási költség (szakértői díj) egyetemleges megfizetésére kötelezi.
217. A fogyasztóvédelmi típusú ügyekben kiszabott bírság meghatározásának szempontjairól szóló, a GVH elnökének és a GVH Versenytanácsa elnökének jelen eljárásban alkalmazandó 12/2017. számú közleménye (a továbbiakban: Bírságközlemény) részletezi azokat a szempontokat, amelyek alapján a GVH meghatározza az Fttv. és a Tpv. III. fejezete, illetve valamennyi, az Fttv. eljárási szabályaira visszautaló, ezen szabályokra tekintettel alkalmazandó és a GVH hatáskörébe tartozó – fogyasztók és üzletfelek tisztességes tájékoztatását szabályozó – jogszabályi rendelkezések megsértése miatt indított ügyekben kiszabott versenyfelügyeleti bírság mértékét.
218. A Tpv. 78. § (3) bekezdése értelmében a bírság összegét az eset összes körülményeire – így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a jogsértő magatartás ismételt tanúsítására, gyakoriságára – tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a végső üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.
219. A versenyfelügyeleti bírság kiszabásának célja az, hogy a vállalkozásokat visszatartsa a tisztességtelen magatartástól, és egyúttal megteremtse a gazdasági verseny tisztességét. A bírság összegének megállapítása során a GVH ezért szem előtt tartja, hogy a bírság kiszabásának célja az egyedi és általános elrettentés is, így a bírság összegének alkalmasnak

kell lennie arra, hogy a vállalkozás számára a jogsértő magatartásért megfelelő büntetést helyezzen kilátásba, ami a jogsértés gazdasági jelentőségét is kifejező szankció alkalmazását teszi szükségessé.

220. A Bírágközlemény 13. pontja értelmében a célokra is figyelemmel a kiszabandó bírság összegének a meghatározása alapvetően öt, egymást követő lépésben történik. Az eljáró versenytanács először meghatározza a bírság kiinduló összegét, majd az adott ügyben figyelembeveendő, a jogsértés súlyát, hatását enyhítő és súlyosító körülmények mérlegelésével meghatározza a bírság alapösszegét, ezt követően – amennyiben indokolt – az esetleges korrekciós tényezőkre tekintettel megváltoztatja az alapösszeget, majd figyelemmel van a vállalkozások együttműködésére, végül pedig mérlegeli az esetleges fizetési nehézségekre tekintettel alkalmazható könnyítéseket.

## **IX.2. A NATURPRODUKT Kft.-vel és a Dr Theiss Naturwaren GmbH-val szemben alkalmazott jogkövetkezmények**

221. Az eljáró versenytanács a jelen ügyben NATURPRODUKT Kft. és a Dr. Theiss Naturwaren GmbH eljárás alá vontak magatartása esetén az általános gyakorlatnak megfelelően, figyelemmel a Bírágközlemény 16. pontjára is, a jogsértő kereskedelmi gyakorlat költségéből kíván kiindulni. A jogsértő eszközök (amelyeken a iii) és iv) típusú, illetve a hajhullás megszűnését ígérő állítások megjelentek) költsége, és így a bírság kiinduló összege [ÜZLETI TITOK] Ft.

222. A kiinduló összeg fentiek szerinti meghatározását követően kerül sor az alapösszeg kiszámítására, amely a jogsértés súlyát, hatását és a vállalkozás jogsértéshez való viszonyulását kifejező súlyosító és enyhítő körülmények figyelembevételére ad lehetőséget.

223. Az eljáró versenytanács a két nevezett vállalkozás magatartásával kapcsolatban súlyosító tényezőként azonosította – a kereskedelmi gyakorlat intenzitása körében –, hogy a jogsértő tájékoztatások széles kommunikációs mix több elemén is megjelentek, és időben is elhúzódtak (2017 januárjától kezdődően különböző eszközökön eltérő időpontokban jelentek meg). Bár az eljárás alá vontak észrevételeikben hivatkoztak arra, hogy a kommunikációs költség kiinduló összegként történő figyelembevétele már tükrözi a széles kommunikációs mix alkalmazását, ezzel az eljáró versenytanács nem értett egyet. Az eljáró versenytanács szerint ugyanis egy adott költségkeret többféleképpen is felhasználható kommunikációs célokra, s általános célcsoport esetén jellemzően hatékonyabb lehet egy széles kommunikációs mix alkalmazása. Mindezek alapján az eljáró versenytanács ezt a körülményt közepes súllyal vette figyelembe.

224. A felróhatóságot az eljáró versenytanács szintén közepes súllyal vette figyelembe, tekintettel arra, hogy a jogsértő tájékoztatások nemcsak az Fttv., de a vonatkozó ágazati szabályok rendelkezéseit is sértették, figyelemmel azonban arra is, hogy a kommunikációk fő üzenete (azaz a hajhullás csökkentésére vonatkozó hatás) igazolást nyert, ugyanakkor a hajhullás megszűnését ígérő üzenetekkel ezen az igazolt hatáson az eljárás alá vontak egyes esetekben túlterjeszkedtek. Ebben a körben értékelte ugyanakkor az eljáró versenytanács azt a körülményt is, hogy a NATURPRODUKT Kft. szerkesztői tartalomnak álcázott reklám egy ízben történő közzétételéért is felelős.

225. Az előzetes álláspontban kilátásba helyezett súlyosító körülmények közül jelen döntésében az eljáró versenytanács a célcsoport részben sérülékeny jellegét, illetve a

termékek bizalmi jellegű voltát csak kis súllyal értékelte az eljárás alá vontak terhére, mivel mindkét szempont elsősorban a hajhullást csökkentő hatással összefüggésben releváns, amely hatás azonban az eljárás során bizonyítást nyert, csak néhány alacsony költségű eszközön jelentek meg ezen túlterjeszkedő, a hajhullás megszűnését ígérő üzenetek, amelyekre a hajhullás problémájával küzdő, sérülékeny célcsoport tagjai különösen fogékonyak lehettek.

226. Az eljáró versenytanács a NATURPRODUKT Kft. és a Dr. Theiss Naturwaren GmbH kereskedelmi gyakorlatával összefüggésben enyhítő körülményként értékelte, kis súllyal, hogy az eljárás alá vontak kereskedelmi gyakorlatukkal az eljárás során felhagytak, erre azonban az eljárásnak csak késői fázisában került sor.
227. Szintén enyhítő körülménynek tekintette az eljáró versenytanács, kiemelt súllyal, hogy a kereskedelmi kommunikáció fő üzenete a hajhullás csökkentése volt, amely hatást a NATURPRODUKT Kft. és a Dr. Theiss Naturwaren GmbH az eljárás során megfelelően bizonyította (csak néhány alacsony költségű eszközön jelentek meg ezen túlterjeszkedő, a hajhullás megszűnését ígérő üzenetek), s ehhez képest a jogsértőnek talált állítások kevésbé markáns üzenetet, az átlagos samponokhoz hasonló ígéretet fogalmaztak meg (erősítik a hajszálakat, fokozzák a fejbőr vérkeringését, tápláló anyagokkal látják el a hajat).
228. A szerkesztői tartalomnak álcázott reklámmal kapcsolatban kis súlyú enyhítő körülményként értékelte az eljáró versenytanács, hogy a jelen esetben a jogsértés és a patikai lapok körében bevett, jogszerű gyakorlat között vékony határvonal húzódik, melynek tisztázására korábban nem került még sor.
229. Az eljárás alá vontak enyhítő körülményként hivatkoztak az eljárás során tanúsított, az adatszolgáltatások pontos és határidőben történő megválaszolásában megnyilvánuló együttműködő magatartásukra, jogkövető szándékukra, korábbi jogkövető magatartásukra, a reklámozással kapcsolatos belső ellenőrzési folyamatokra és a jogi segítség igénybevételeire, az időmúlásra, és arra a körülményre, hogy az eljárás alá vontak számára már maga a versenyfelügyeleti eljárásra fordított idő, energia és költség elégséges elrettentő és ösztönző erővel szolgál, hogy a jövőben még nagyobb hangsúlyt fektessenek a jogszabályi előírások betartására, így további nagy összegű bírság kiszabása elrettentésképpen szükségtelen. Ezen tényezők azonban a versenytanács következetes, bíróságok által is megerősített gyakorlata<sup>114</sup> értelmében önmagukban nem minősülnek enyhítő körülménynek, ezek az érvek legfeljebb a vonatkozó súlyosító körülmények hiányát támaszthatják alá.
230. A fentiek alapján kalkulálható bírság mértékét sem ismétlődésre, sem az elért előnyre, sem pedig az elrettentő hatásra tekintettel nem szükséges korrigálni, illetve az jelentős mértékben alatta marad a törvényi maximumnak.
231. Az eljáró versenytanács ezt követően vizsgálta a NATURPRODUKT Kft. és a Dr. Theiss Naturwaren GmbH által felajánlott intézkedéseket, azok esetleges bírságcsökkentő tényezőként való figyelembevételének lehetőségét. E körben az eljáró versenytanács megállapította, hogy a felajánlott kompenzációs javaslat oly mértékben kidolgozatlan volt,

---

<sup>114</sup> Ld. pl. Fővárosi Törvényszék 13.K.700.026/2018/11. (VJ/64/2015.), FKMB, mint elsőfokú bíróság; 13.K.30.082/2017/15. (VJ/98/2015.), Fővárosi Törvényszék mint másodfokú bíróság, 11.Kf.650.090/2020/8. (VJ/30/2015.)



hogy azt az eljáró versenytanács nem tudta érdemben mérlegelni. Szintén nem tudta bírságcsökkentő tényezőként figyelembe venni az eljáró versenytanács, hogy az eljárás alá vontak további szakértői bizonyításra vonatkozó vállalást tettek, illetve ilyen szakértői dokumentumokat csatoltak, mivel ezek elsődlegesen a jogsértés megállapítása körében figyelembe veendő szempontok, a hajhullással kapcsolatos állítások tekintetében pedig jogsértés megállapítására nem került sor.

232. Az eljárás alá vontak ugyanakkor részletes, az igazolás módjára és határidejére is kiterjedő, a belső szabályzatok módosítását, a munkavállalók oktatását, a kereskedelmi kommunikációk megjelenés előtti kontrollját is magában foglaló, utólagos megfelelést szolgáló vállalatokat terjesztettek a GVH elé, amelyek az eljáró versenytanács értékelése szerint megfelelnek a Bírságközlemény VI.2.2. fejezetében foglalt feltételeknek. Az utólagos megfelelési program megvalósítását így az eljáró versenytanács a Tpv. 76. § (1) bekezdés i) pontja alapján kötelezettségként előírta a NATURPRODUKT Kft. és a Dr. Theiss Naturwaren GmbH számára, s erre tekintettel – az együttműködés keretében – 5%-os bírságcsökkentésben részesítette a nevezett vállalkozásokat.
233. Mindezek alapján az eljáró versenytanács a NATURPRODUKT Kft.-vel és a Dr. Theiss Naturwaren GmbH-val szemben 25.000.000 Ft összegű versenyfelügyeleti bírságot szab ki, a bírság megfizetésére egyetemlegesen kötelezve az egyazon vállalkozáscsoportba tartozó két eljárás alá vontat.
234. Ugyancsak egyetemlegesen kötelezi a NATURPRODUKT Kft.-t és a Dr. Theiss Naturwaren GmbH-t az eljáró versenytanács az eljárás során felmerült, 295.894 Ft eljárási költség (szakértői díj) megfizetésére, a Tpv. 62/B. § (4) bekezdése alapján. Az eljárási költség mértékéről és megelőzéséről a GVH a VJ/40-119/2018. számú végzésében rendelkezett, amely döntés ellen az eljárás alá vontak nem éltek jogorvoslással, így az jogerőre emelkedett.

### **IX.3. A PATIKA TŰKÖR Kft.-vel szemben alkalmazott jogkövetkezmények**

235. Az eljáró versenytanács a PATIKA TŰKÖR Kft. vonatkozásában az Fttv. melléklet 11. pontja körébe tartozó jogsértéssel kapcsolatban szintén a jogsértő kereskedelmi gyakorlat költségéből indult ki, mely a megjelent cikk kapcsán [ÜZLETI TITOK] Ft volt.
236. Az eljáró versenytanács ezt követően mérlegelte a jogsértés kapcsán releváns súlyosító és enyhítő körülményeket. Az eljáró versenytanács előzetes álláspontjától eltérve, e körben nem tekintette súlyosító körülménynek a kereskedelmi kommunikációval célzott fogyasztók részbeni sérülékeny voltát, illetve az érintett termékek bizalmi jellegét, mivel ezek a tényezők elsődlegesen a hajhullás elleni hatással összefüggésben mérlegelendők, mely hatás a termékek kapcsán az eljárás során igazolást nyert. Az eljáró versenytanács ugyanakkor fenntartja, hogy a kommunikáció fogyasztók számára jelentett megbízhatóságát növeli az a tény, hogy a közzétételre egy patikákban terjesztett, a fogyasztók által adott esetben „szakmainak” tekintett lapban került sor, illetve hogy a szerkesztői tartalomnak álcázott reklám olvasói levél és az arra adott válasz formájában került közzétételre, amely műfaj a fogyasztók számára a függetlenség, megbízhatóság látszatát képviseli, így különösen nehezen ismerhető fel annak szponzorált jellege. Ezt a körülményt az eljáró versenytanács összességében kiemelt súlyosító körülményként értékelte.

237. Enyhítő körülményként azonosította ugyanakkor az eljáró versenytanács, a 228. pontban kifejtettekkel összhangban, kis súllyal, hogy a jelen esetben a jogsértés és a patikai lapok körében bevett, jogszerű gyakorlat között vékony határvonal húzódik, melynek tisztázására korábban nem került még sor, így e tekintetben nincs még kikristályosodott joggyakorlat.
238. A fentiekén túlmenően az eljáró versenytanács a vállalkozás visszaeső voltára tekintettel a bírság növelését látta szükségesnek, figyelemmel arra, hogy a korábbi jogsértés ugyanezen jogszabályi rendelkezés megsértése miatt került megállapításra (különös ismétlődés), ugyanakkor az elkövetés már jóval korábban, közel 10 évvel ezelőtt történt. További korrekciót az eljáró versenytanács nem látott szükségesnek, hiszen a kiszabandó bírság mértéke nem haladja meg a törvényi maximumot, az elért előny számszerűsítésére nem került sor, a fentiek alapján adódó bírság összege pedig az eljárás alá vont pénzügyi teljesítőképességét is figyelembe véve összességében nem eredményez kirívóan aránytalan mértékű szankciót.
239. Az eljáró versenytanács a PATIKA TÜKÖR Kft. eljárás során tanúsított együttműködő magatartására tekintettel azonban jelentős, összességében 45%-os mértékű bírságsökkentésben részesítette a vállalkozást, mivel az a jogsértés elkövetését elismerte, és KKV-ként utólagos megfelelési törekvéseket tanúsított, melyekhez kapcsolódóan az eljáró versenytanács a megfelelési erőfeszítések megvalósítását kötelezettségként írta elő a PATIKA TÜKÖR Kft. számára, a Tptv. 76. § (1) bekezdés i) pontjának alkalmazásával. A jogsértés elismerését az eljáró versenytanács 30%-os, az utólagos megfelelési programot pedig – figyelemmel a PATIKA TÜKÖR Kft. mikro-vállalkozás minőségére, illetve a javasolt / megvalósított intézkedések lentebb kifejtett hiányosságaira – 15%-os bírságsökkentéssel honorálta.
240. Az eljáró versenytanács mindazonáltal hangsúlyozza, hogy az utólagos megfelelési program megvalósítása során a PATIKA TÜKÖR Kft.-nek meg kell felelnie a Bírságközlemény VI.2.2. fejezetében foglalt feltételeknek. A PATIKA TÜKÖR Kft. az általa már az eljárás során megvalósított, utólagos megfelelés keretében értékelhető intézkedésekben lefektette a hirdető partnerekkel való kommunikáció és a Patika Tükörben a jövőben megjeleníthető hirdetések elveit, továbbá belső képzést is szervezett a munkatársai részére független jogi szakértő bevonásával. Az eljáró versenytanács rámutat ugyanakkor arra, hogy az utólagos megfelelési programokkal szembeni elvárások értelmében a hirdetések elhelyezésére és a hirdetővel való kommunikációra vonatkozó elveket nem elegendő egy ügyvezető által küldött e-mailben rögzíteni, hanem azoknak a vállalkozás belső szabályzataiban is meg kell jelenniük. Lényeges továbbá, hogy az elvek megfogalmazása során a jelen eljárás tanulságait is figyelembe kell venni. Az eljáró versenytanács felhívja továbbá a figyelmet arra, hogy az ügyvezető e-mailjének A) pontjában foglalt feltételek kiegészítendőek az arra vonatkozó szempontokkal, hogy a hirdető nem nyújthat ellentételezést a szakmai cikkhez, és nem gyakorolhat befolyást annak tartalmára. A B) és C) pontok kapcsán nem egyértelmű továbbá, hogy azok vagylagos vagy együttes feltételként értelmezendők-e – az eljáró versenytanács jelzi, hogy a B) pont önmagában nem alkalmas egy esetleges jogsértés elkerülésére, hiszen a hirdetés eltérő oldalra kerülése még nem teljesen szünteti meg a szerkesztői tartalommal való kapcsolat lehetőségét. Emellett a megfelelési programban célszerű kitérni az Fttv. egyéb szóba jöhető

rendelkezéseinek való megfelelés biztosítására is, amelyek a PATIKA TÜKÖR Kft. működése során relevánsak lehetnek. Ezen intézkedések megvalósítását a PATIKA TÜKÖR Kft. köteles a GVH részére igazolni, a belső szabályzat benyújtásával és a munkavállalók részére szervezett (már korábban megtartott) oktatás tematikájának, előadás-vázlatának csatolásával. Tekintettel arra, hogy az intézkedések részben már megvalósultak, az eljáró versenytanács a fentiek megvalósítására és igazolására a jelen döntés közzétételétől számított 60 napos határidővel kötelezi a PATIKA TÜKÖR Kft.-t.

241. A PATIKA TÜKÖR Kft. kérte azt is figyelembe venni, hogy az elmúlt évben a koronavírus okozta gazdasági recesszió a társaságot nehéz gazdasági helyzetbe hozta, azonban ennek igazolására konkrét magyarázatot, ezt alátámasztó dokumentumokat nem nyújtott be. Mindazonáltal az eljáró versenytanács álláspontja szerint az eljárás alá vont együttműködésére tekintettel csökkentett mértékű bírság összege – az előző évi nettó árbevétellel is összevetésben, amelynek a fentiek szerint kalkulált bírság csak a 0,05%-a – nem tekinthető olyan magasnak, ami a vállalkozás ellehetetlenülését, gazdasági helyzetének további érdemi elnehezítését eredményezné, ekként a bírság csökkentésére alapot adhatna. Megjegyzi ugyanakkor az eljáró versenytanács, hogy amennyiben a bírság megfizetése a PATIKA TÜKÖR Kft. számára aránytalan nehézséget okozna, akkor – részletesen indokolt és a megfelelő iratokkal alátámasztott beadványban – a Tpv. 62/C. § alapján kérheti annak részletekben történő megfizetését vagy a fizetési határidő meghosszabbítását.
242. Mindezekre tekintettel az eljáró versenytanács a PATIKA TÜKÖR Kft.-t 185.000 Ft versenyfelügyeleti bírság megfizetésére kötelezi.

## X.

### Eljárási kérdések

243. A versenyfelügyeleti bírságnak a Magyar Államkincstár 10032000-01037557-00000000 számú versenyfelügyeleti bírságszámlája javára történő befizetések a közlemény rovatban feltüntetendő az eljárás alá vont neve, a versenyfelügyeleti eljárás száma, a befizetés jogcíme (versenyfelügyeleti bírság). Az eljárási költséget a Magyar Államkincstár 10032000-01468223-00000000 számú eljárási költségbevételei számla javára kell befizetni, a közlemény rovatban feltüntetve az eljárás alá vont nevét, a versenyfelügyeleti eljárás számát, a befizetés jogcímét (eljárási költség).
244. A Tpv. 62/C. § (1) bekezdés alapján, ha a kötelezés jellege megengedi, részletekben történő teljesítés is megállapítható. A (2) bekezdés szerint a kötelezett a teljesítési határidő lejárta előtt benyújtott kérelmében annak igazolásával kérheti a kötelezettséget megállapító döntést hozó vizsgálótól, illetve eljáró versenytanácstól a pénzfizetési kötelezettség teljesítésére halasztás vagy a részletekben történő teljesítés (a továbbiakban együtt: fizetési kedvezmény) engedélyezését, hogy rajta kívül álló ok lehetetlenné teszi a határidőre való teljesítést, vagy az számára aránytalan nehézséget jelentene. A (3) bekezdés alapján a fizetési kedvezményre vonatkozó szabályokat kell megfelelően alkalmazni meghatározott cselekmény teljesítésére irányuló kötelezettség esetén is. A (4) bekezdés szerint pedig a teljesítési határidő lejárta után az ügyfél - feltéve, hogy a végrehajtást még nem rendelték el - a (2) bekezdésben meghatározott okból igazolási kérelem egyidejű benyújtásával kérhet fizetési kedvezményt. Ha az eljáró versenytanács elutasítja az igazolási kérelmet és a fizetési kedvezmény iránti kérelmet, egyidejűleg dönt a végrehajtás elrendeléséről is.

245. A Tpv. XII/A. fejezete rendelkezik a Gazdasági Versenyhivatal döntésének végrehajtásáról. A Tpv. 84/A. § alapján a végrehajtásra a fejezetben nem szabályozott kérdésekben az Ákr. rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni.
246. A Tpv. 84/B. § (1) bekezdése értelmében az eljáró versenytanács a döntésében előírt meghatározott cselekmény elvégzésére, meghatározott magatartás tanúsítására vagy attól való tartózkodásra vonatkozó kötelezettség (a továbbiakban együtt: meghatározott cselekmény) végrehajtásának elrendelésével egyidejűleg - ha a meghatározott cselekmény teljesítése más végrehajtási módon keresztül hatékonyan nem biztosítható - végrehajtási bírságot szab ki.
247. A Tpv. 84/C. §-a értelmében ha a kötelezett pénzfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget, illetve az állam által előlegezett költség után a megelőlegezés időtartamára az adózás rendjéről szóló törvény szerinti késedelmi pótlékkal azonos módon számított mértékű késedelmi pótlékot fizet.
248. A Tpv. 84/D. § (1) bekezdése alapján a teljesítési határidőben meg nem fizetett eljárási költség, valamint a meg nem fizetett eljárási költség után felszámítandó és meg nem fizetett késedelmi pótlék végrehajtását a Gazdasági Versenyhivatal fogatosítja.
249. Az Ákr. 133. §-a értelmében a végrehajtást – ha törvény vagy kormányrendelet másként nem rendelkezik – a döntést hozó hatóság, másodfokú döntés esetén pedig az elsőfokú hatóság rendeli el. Az Ákr. 134. §-a értelmében a végrehajtást – ha törvény, kormányrendelet vagy önkormányzati hatósági ügyben helyi önkormányzat rendelete másként nem rendelkezik – az állami adóhatóság fogatosítja.
250. A Tpv. 80/Q. § szerint a jogorvoslatra a Tpv. XII. fejezetében nem szabályozott kérdésekben az Ákr. rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni. Az Ákr. 112. § szerint a hatóság határozata ellen önálló jogorvoslatnak van helye, a 113. § (1) bekezdése szerint a közigazgatási per kérelemre induló jogorvoslati eljárás. A 114. § (1) bekezdése szerint az ügyfél - az önálló fellebbezéssel nem támadható végzések kivételével - a véglegessé vált döntés ellen közigazgatási pert indíthat.
251. A joggyakorlat értelmében egy okiratba foglalható a határozat és a végzés, illetve több határozat vagy végzés. Ha a jogorvoslatra jogosult az egybefoglalt határozat és végzés ellen is jogorvoslattal él, a határozat elleni jogorvoslat szabályait kell alkalmazni.
252. A közigazgatási perrendtartásról szóló 2017. évi I. törvény (a továbbiakban: Kp.) 157. §-ának (7) bekezdése szerint, ha jogszabály bírósági felülvizsgálatot tesz lehetővé, azon 2018. január 1-jétől közigazgatási pert kell érteni. A közigazgatási per szabályait a Kp. határozza meg.
253. A Kp. 29. §-ának (1) bekezdése az elektronikus kapcsolattartásra a polgári perrendtartás szabályait rendeli megfelelően alkalmazni. A polgári perrendtartásról szóló 2016. évi CXXX. törvény 608. §-ának (1) bekezdése szerint az elektronikus ügyintézés és a bizalmi szolgáltatások általános szabályairól szóló 2015. évi CCXXII. törvény (a továbbiakban: E-ügyintézési tv.) alapján elektronikus úton történő kapcsolattartásra kötelezett minden beadványt kizárólag elektronikusan - az E-ügyintézési tv.-ben és végrehajtási rendeleteiben meghatározott módon - nyújthat be a bírósághoz.

254. Az E-ügyintézési tv. 9. §-ának (1) bekezdése alapján elektronikus ügyintézésre köteles az államigazgatási szerv feladat- és hatáskörébe tartozó ügyben ügyfélként eljáró gazdálkodó szervezet és annak jogi képviselője.
255. A Kp. 39. §-ának (6) bekezdése szerint – ha törvény eltérően nem rendelkezik – a keresetlevél benyújtásának a közigazgatási cselekmény hatályosulására halasztó hatálya nincs. Ugyanakkor a Kp. 50. §-a szabályozza az azonnali jogvédelem iránti kérelmet az alábbiak szerint. Akinek jogát, jogos érdekét a közigazgatási tevékenység vagy az azzal előidézett helyzet fenntartása sérti, a közvetlenül fenyegető hátrány elhárítása, illetve a jogvitára okot adó állapot változatlan fenntartása érdekében a perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező bíróságtól az eljárás során bármikor azonnali jogvédelmet kérhet. Azonnali jogvédelem keretében kérhető a halasztó hatály elrendelése is. A kérelem benyújtható a keresetlevéllel együtt is. Ha nem a keresetlevéllel együtt nyújtják be, a kérelmet a bírósághoz kell benyújtani. A kérelemben részletesen meg kell jelölni azokat az indokokat, amelyek az azonnali jogvédelem szükségességét megalapozzák, és az ezek igazolására szolgáló okiratokat csatolni kell. A kérelmet megalapozó tényeket valószínűsíteni kell.
256. Az illetékekről szóló 1990. évi XCIII. törvény (a továbbiakban: Itv.) 37. § (1) bekezdése szerint a bírósági eljárásért az Itv.-ben megállapított illetéket kell fizetni.
257. Az Itv. 45/A. § (2) bekezdése alapján az illeték alapjára a 39-41. §§-ban foglaltakat, az illeték mértékére a 42. §-ban foglaltakat kell alkalmazni a marasztalási perben, valamint akkor, ha az eljárás tárgya adó-, illeték-, adójellegű kötelezettséggel, társadalombiztosítási járulék- vagy vámkötelezettséggel, versenyfelügyeleti üggyel, sajtótermékkel és a panaszügyek kivételével médiaszolgáltatással, továbbá elektronikus hírközléssel vagy közbeszerzéssel kapcsolatos.
258. Az Itv. 62. § (1) bekezdés h) pontja alapján a közigazgatási bírósági eljárásban a felet illetékfeljegyzési jog illeti meg. Az Itv. 59. § (1) bekezdése szerint az, akit tárgyi illetékfeljegyzési jog illet meg, mentesül az illeték előzetes megfizetése alól. Ilyen esetben az fizeti az illetéket, akit a bíróság erre kötelez.

Budapest, 2021. május 17.

Váczai Nóra  
előadó versenytanács tag

dr. Kóhalmi Attila  
versenytanács tag

dr. Kuritár Dávid  
versenytanács tag

## MELLÉKLET

1. A NATURPRODUKT Kft. a jelen eljárásban született döntés kézhezvételét követő 10 munkanapon belül – olvasási értesítővel kiküldött – e-mail útján fokozottan felhívja azon munkavállalói figyelmét a reklámjogi és fogyasztóvédelmi előírások betartására, akik a kommunikációs megjelenésekhez kapcsolódó folyamatokban részt vesznek. Ennek részeként kiemelten felhívja a figyelmet, hogy valamennyi kommunikációs megjelenés jogi ellenőrzése a megjelenést megelőzően szükséges, és csatoltan megküldi a jelen eljárásban született döntés azon részét, amelyből megismerhetővé válik számukra az eljáró versenytanács tárgyi eljárásban kifejtett álláspontja. A vállalat teljesítésének igazolásaként a NATURPRODUKT Kft. a kiküldés megtörténtét, valamint az olvasási értesítőt igazoló e-mail dokumentumot az alábbi 2. bekezdésben foglaltak igazolásával egyidejűleg benyújtja a GVH részére.
2. A jelen eljárásban született döntés kézhezvételét követő 30 napon belül a NATURPRODUKT Kft. kommunikációs tevékenységére vonatkozóan az irányadó fogyasztóvédelmi és reklámjogi szabályokról külső jogi partner bevonásával oktatást szervez annak érdekében, hogy a kommunikációs megjelenésekhez kapcsolódó folyamatokban részt vevő munkavállalóinak ezirányú ismereteit elmélyítse, és felhívja a figyelmüket a jogszabályi előírások betartására. Az oktatásról, annak témájáról, időpontjáról és helyszínéről a NATURPRODUKT Kft. e-mail értesítést (meghívót) küld az érintett munkavállalóknak. A résztvevők listája jelenléti íven kerül rögzítésre. A vállalat teljesítésének igazolásaként a NATURPRODUKT Kft. az oktatásról szóló e-mail dokumentum másolatát, valamint a résztvevők részéről aláírt jelenléti ív másolati példányát az oktatás megtörténtét követő 15 munkanapon belül benyújtja a GVH részére.
3. A NATURPRODUKT Kft. véglegesíti a kommunikációs anyagok kialakítására vonatkozó belső eljárásrendjét szabályozó, a 2021. február 1-jén kelt adatszolgáltatásához csatolt dokumentum (a továbbiakban: SOP dokumentum) tervezetet, melyet az érintett munkavállalók részére a véglegesítést követő 10 napon belül igazolhatóan megküld. A vállalat teljesítésének igazolásaként a véglegesített SOP dokumentum kiküldését igazoló iratot a NATURPRODUKT Kft. a fenti 2. bekezdés szerinti oktatás megtörténtének igazolásával egyidejűleg megküldi a GVH részére.
4. A NATURPRODUKT Kft. egy reklámokkal kapcsolatos jogi előírásokra vonatkozó összefoglaló anyagot (ún. kisokost) készített, amely az érintett munkavállalóknak segítséget nyújt a kommunikációs anyagokkal kapcsolatos fogyasztóvédelmi és reklámjogi elvárások megismerésében és a kommunikációs anyagok tervezésénél annak megítélésében, hogy az adott megjelenés igényel-e további felülvizsgálatot jogi szempontból. A vállalat teljesítésének igazolásaként a NATURPRODUKT Kft. a jogi kisokost, valamint az annak kiküldését igazoló iratot a fenti 2. bekezdés szerinti oktatás megtörténtének igazolásával egyidejűleg küldi meg a GVH részére.
5. A NATURPRODUKT Kft. a SOP dokumentumban foglaltak betartását az utasítás közlését követően szigorúan ellenőrzi oly módon, hogy az egyes kommunikációs eszközök kialakításának folyamatát szűrőpróbaszerűen felülvizsgálja, továbbá a SOP dokumentumban szabályozott folyamat részévé teszi a folyamat teljesülésének vizsgálatát.

Az ellenőrzés lefolytatására a NATURPRODUKT Kft. megfelelőségi vezetőt nevez ki. A vállalat teljesítésének igazolásaként a NATURPRODUKT Kft. a SOP dokumentum munkavállalóknak való közlését követő 12 hónapon belül történt ellenőrzésről felvett jegyzőkönyv másolati példányát a GVH részére a 12. hónap leteltét követő 15 napon belül megküldi.

6. A NATURPRODUKT Kft. kommunikációs megjelenései előtt a megjelentetni kívánt kommunikációs anyagokat szükség szerint további szakértői/jogi kontrollnak veti alá annak érdekében, hogy azok reklámjogi és fogyasztóvédelmi megfelelőségét biztosítsa. Ezen kommunikációs anyagok tekintetében felkeresi az Önszabályozó Reklám Testületet állásfoglalás kérése érdekében. A jogi megfelelés vizsgálatát tartalmazó állásfoglalást, valamint az ÖRT állásfoglalását a NATURPRODUKT Kft. a fenti 5. bekezdésben megjelölt dokumentumokkal együttesen benyújtja a GVH részére.