



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

Potencianövelést és mellnövekedést ígérő megtévesztő reklámok

Három vállalkozásra összesen 54 millió forint bírságot szabott ki a Gazdasági Versenyhivatal (GVH). A három társaság a fogyasztókat megtévesztő módon hirdetéseiben azt sugallta, hogy az általuk forgalmazott étrend-kiegészítő termékeknek gyógyhatásuk van.

A GVH még idén májusban indított eljárást a szlovák Direct Best Sellers s. r. o., valamint D-BS Magyarország Kereskedelmi Kft. ellen, mert azt gyanította, hogy a két társaság különböző újságokban, valamint a www.fogyi.info honlapon megtévesztő módon reklámozza Absolute, Equiba, Herbachrom, Lipotrex, Redox, Removyl, Zactrival és Figur Bella kúra nevű fogyasztószereit, valamint Spirula nevű potencianövelőjét. A fogyasztószerek esetében a két vállalkozás egyebek között azt állította: „naponta egy beszedett kapszulának köszönhetően hetente 5-7 kilót fogyhat”, „csupán 4 tableta és 12 kilót fogy... másra nincs szüksége”, „10 kilót fogytam le mindössze néhány nap alatt”, „forradalmian új fogyókúra szer, amelyet az orvos ajánlott”, „már 8 óra múlva megállapíthatja, hogy legalább 400 grammal könnyebb lett”. A Spirula kapszulát többek között pedig „A Spirulának köszönhetően Önől mindössze 10 napon belül olasz szerető válik” szlogennel ajánlották a fogyasztóknak.

A vizsgálatba a GVH bevonta az Országos Gyógyszerészeti Intézetet (OGYI), valamint az Országos Élelmiszerbiztonsági és Táplálkozástudományi Intézetet (OÉTI) is. Előbbi szerint a két társaság állításai túlmutatnak azokon a kedvező élettani hatásokon, amelyek egy étrend-kiegészítő kategóriába tartozó terméktől elvárhatóak, ráadásul a Spirulát úgy állítják be, mintha potencianövelő szer lenne, így a gyógyszerek kategóriájába tartozna. Az OÉTI állásfoglalása pedig kiemeli, hogy tilos az olyan tartalmú állítások alkalmazása, amelyek a súlycsökkenés ütemére vagy mértékére utalnak, vagy amelyek egyes orvosok vagy egészségügyi szakemberek ajánlásaira hivatkoznak. A GVH véleménye szerint bebizonyosodott, hogy az említett termékek reklámjaiban megfogalmazott állítások eltúlzottak, tudományos bizonyítékokkal nem támaszthatóak alá.

A versenyhatóság szerint a reklámokban közölt állításokat minden esetben a hirdetések megjelentető vállalkozásnak kell hitelt érdemlő adatokkal igazolnia. A két vállalkozás azonban nem szolgáltatott olyan adatokat, amelyek alkalmasak lettek volna a kifogásolt állítások megalapozottságának igazolására, ehelyett inkább megkísérelték elhúzni az eljárást. Ezt a GVH a bírság összegének meghatározásakor súlyosító körülményként értékelte, csakúgy, mint azt a tényt, hogy a szóban forgó reklámok a fogyasztók széles köréhez jutottak el, hosszú időn keresztül elérhetőek voltak és általuk jelentős árbevételre tett szert a két vállalkozás. A versenyhatóság szerint súlyosító körülmény az is, hogy bizalmi jellegű termékeket hirdettek megtévesztő módon, és a reklámokkal sérülékeny, kiszolgáltatott fogyasztókat céloztak meg. Ráadásul a D-BS Kft. nem ismeretlen a GVH előtt, hiszen korábban fogyasztókat megtévesztő hirdetései miatt egyszer már helyreigazítás közzétételére kötelezte a vállalkozást. E döntést követően azonban a kft. anyacége folytatta

tovább a fogyasztókat megtévesztő magatartást, pedig a két vállalkozás ügyvezetője ugyanaz a személy. Mindezek alapján a GVH a maximális büntetést szabta ki a két vállalkozásra. A D-BS Kft. 31 millió, a Direct Best Sellers pedig 7 millió forint bírság megfizetésére köteles. Ezen túl a GVH az érintett cégeket eltiltotta a jogsértő magatartástól és kötelezte helyreigazító hirdetmények közzétételére is az összes olyan fórumon, ahol a megtévesztő hirdetések megjelentek.

(Az ügy hivatali nyilvántartási száma: **Vj-87/2007**)

A GVH ez év áprilisában eljárást indított egy másik különféle étrend-kiegészítőket és kozmetikai szereket forgalmazó társaság, a Biovit Pharma Kft.-vel szemben is. A vállalkozás ERDIC nevű gabonalapú étrend-kiegészítőjét a női mell növelésére, feszesítésére ajánlotta, egyebek mellett a következő mondatokkal: „fél év leforgása alatt egy számmal nagyobb kosárméret”, „a világon már több mint 100.000 nő választotta e természetes és veszélytelen módját annak, hogy akár 3 kosárméretet növeljen mellén”, „9-16 hét alatt feszes és telt dekoltázs”, „a tudományos dokumentáció és a klinikai vizsgálatok egyértelműen igazolják a mellméret növekedést”. A hirdetések női magazinokban, valamint a termék honlapján jelentek meg. Az OGYI szerint a reklámokban szereplő hatások csak gyógyszerként forgalomba hozott készítményektől lennének elvárhatóak.

A GVH megállapította, hogy az ERDIC hirdetései olyan eredményre vonatkozó ígéretet tesznek, amire a célközönség számít. A termék megbízhatóságát fejezi ki a széles körű nemzetközi szintű használatra, tudományos dokumentációra és klinikai vizsgálatokra történő utalás. További, pozitív hatásokat is ígér a prospektus a haj, bőr, körmök vonatkozásában. A versenyhatóság szerint a fogyasztóhoz eljuttatott információk valóságtartalmát minden esetben a közreadójának kell igazolnia, ám az eljárás során a Biovit nem bizonyította kellőképpen a fenti állítások valóságtartalmát. Mivel az ERDIC hirdetései is kiszolgáltattak sérülékeny fogyasztói kört érintettek, a versenyhatóság a vállalkozást 16 millió forintos bírság megfizetésére kötelezte. Enyhítő körülményként került figyelembe vételre, hogy a vállalkozás a GVH vizsgálatának megindulását követően változtatott reklámozási gyakorlatán.

Az ügy hivatali nyilvántartási száma: **Vj-73/2007**

Budapest, 2007. október 18.

További információ:

Mihálovits András

Gazdasági Versenyhivatal

cím: 1054 Budapest, V. ker. Alkotmány u.5.

levél: 1245 Budapest, 5. Pf. 1036

tel: +36-30 618-6618

email: Mihalovits.Andras@gvh.hu

<http://www.gvh.hu>