

## Megtévesztő Update hirdetések miatt bírságolt a GVH

**A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) jogsértést állapított meg a Foodorgany Kft. (Foodorgany) Update termékeinek reklámozásával kapcsolatban. A jogsértés elkövetéséért 15.000.000 forint bírságot szabott ki a GVH.**

A Foodorgany 2011 augusztusa és 2013 áprilisa között az Update termékeivel kapcsolatban intenzív reklámkampányt folytatott: reklámfilmekkel, sajtóhirdetésekkel, szórólapokkal, kültéri és vásárláshelyi reklámanyagokon valamint az interneten népszerűsítette az élelmiszerként forgalomba hozható Update termékeket.

A vizsgált állítások négy csoportba sorolhatóak:

- 1. betegség megelőzésére, gyógyítására, kezelésére vonatkozó állítások**, például „Cukorbeteg is élvezhetik nem csak az ízét, hanem a kedvező hatását is: lassú vércukor emelkedés.”,
- 2. egészségre vonatkozó állítások**, például „az Update termékek az egészség megőrzésében segítenek”,
- 3. a termékek összetételére vonatkozó állítások**, például „Nem 30%-kal, hanem 50%-kal csökkentett szénhidrát tartalmú!”,
- 4. piacelsőségi állítások**, például „Ráadásul az egész világon csak az Update pékáruk rendelkeznek fogyáshoz, diabéteszhez elismert klinikai vizsgálattal.”,

A GVH döntésében megállapította, hogy a Foodorgany a vizsgált négy szempontból jogsértő magatartás folytatott:

- jogsértően tulajdonított az Update termékeknek betegséget megelőző, illetve azt kezelő hatást,
- valótlan egészségre vonatkozó állításokat tett az Update termékekkel kapcsolatban,
- valótlan állításokat tett az Update termékek összetételével összefüggésben,
- valótlan piacelsőségi állításokat tett.

A GVH a **bírság** kiszabásakor a kommunikációs eszközök költségeire alapozott. **Súlyosító körülményként** értékelte többek között, hogy

- a jogsértő kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók széles körét érte el, illetve időben elhúzódott,
- a jogsértő kereskedelmi gyakorlat részben egészségügyi problémával érintett fogyasztókat célozta meg, akik az átlagosnál érzékenyebbek az egészségügyi problémájukkal kapcsolatos kereskedelmi kommunikációk iránt,
- a jogsértéssel érintett termék bizalmi termék.

**Enyhítő körülményként** értékelte többek között, hogy a Foodorgany

- módosította a reklámjait, bevonta az egyes szórólapjait, átvizsgálta a csomagolóanyagait, ezek ellenőrzésére szakértőt alkalmazott,

- felhívta a franchise partnerek figyelmét a jogsértéstől való tartózkodásra, ismertetve az egyes jogkövetkezményeket,
- honlapján feltüntette az OÉTI (Országos Élelmezés- és Táplálkozástudományi Intézet) oldalát, ami a fogyasztók tájékoztatását szolgálja,
- személyes konzultációt folytatott az OÉTI-vel, a jogszabálykövetés, helyes kommunikáció, termékbesorolás érdekében, és a Bizottsági engedélyezés menetéről, az engedélyeztetési eljárás megindítása érdekében.

A GVH hangsúlyozza, hogy élelmiszerek reklámozásakor a vállalkozásoknak szem előtt kell tartaniuk a fogyasztóvédelmi rendelkezéseken túl az ágazati jogszabályokat is, az alábbiak szerint:

- gyógyhatás nem tulajdonítható a termékeknek (e tekintetben mindegy, hogy a vállalkozás igazolja-e az állításait vagy sem),
- egészségre vonatkozó hatásról állítás megfogalmazása csak szűk keretek között, a szigorú európai normáknak megfelelően megengedett, igazolva az ágazati szabályoknak való megfelelést.

Az ügy hivatali nyilvántartási száma: **Vj/34/2013**.

Budapest, 2014. december 4.

Gazdasági Versenyhivatal

**Információ a sajtó részére:**

dr. Basa Andrea

sajtószóvivő

cím: 1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

tel.: (+36-1) 472-8902

fax: (+36-1) 472-8898

mobil: +36-30 618-6618

e-mail: [basa.andrea@gvh.hu](mailto:basa.andrea@gvh.hu), [sajto@gvh.hu](mailto:sajto@gvh.hu)

<http://www.gvh.hu>