

Ismét megtévesztette a fogyasztókat a Direkt Market Kft.

A Gazdasági Versenyhivatal megállapította, hogy a Direkt Market Kft. megtévesztette a fogyasztókat a Csiga Elixír és a Biocaptol készítményének népszerűsítése során. A GVH ezért két eljárásban összesen 22.222.000 Ft bírságot szabott ki a vállalkozásra.

A vállalkozás 2012. május 29. és 2012. december 7. között a nyomtatott sajtóban megjelent reklámjaiban és a termék címkéjén a Csiga Elixír étrend-kiegészítőről azt állította, hogy alkalmas az ízületi fájdalom és az ízületi betegség gyógyítására, kezelésére, valamint azt állította, hogy a termék reklámban ígért eredményei garantáltak és tudományosan igazoltak. A vizsgálat során benyújtott iratok (tanulmányok) azonban nem igazolták a kifogásolt reklámállításokat, így a vállalkozás megtévesztette a fogyasztókat.

A vállalkozás továbbá a Biocaptol termékét népszerűsítő reklámjaiban 2011. november 8. és 2012. június 8. között azt állította, hogy az étkezési szokások megváltoztatása és erőfeszítés nélkül a termék alkalmazásával rövid idő alatt tartós súlycsökkenést lehet elérni, ezen kívül az elérhető testsúlycsökkenés várható mértékére és ütemére (pl. „24 óra elteltével akár 300 grammot is veszíthet 6 óránként”) vonatkozó állításokat is tett. A vállalkozás az általa benyújtott iratokkal azonban nem tudta igazolni a fenti állításokat, így azokkal szintén megtévesztette a fogyasztókat.

A hivatal megállapította, hogy a vállalkozás a fenti két termékének népszerűsítése során fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott. A Csiga Elixír termékkel kapcsolatban megfogalmazott állítások miatt 12.000.000 Ft, a Biocaptol termékkel kapcsolatos megtévesztő tájékoztatás miatt 10.222.000 Ft bírságot szabott ki a vállalkozásra. A bírságok meghatározásánál mindkét esetben súlyosító körülmény volt, hogy a jogsértő reklámok a fogyasztók széles körét elérő lapokban jelentek meg, valamint az, hogy a megcélzott fogyasztói kör a gyógyhatás állítások tekintetében az átlagosnál sérülékenyebb.

A GVH mindkét ügyben vizsgálta a pénz visszafizetési garancia teljesülését is, ebben a körben mindkét termékkel kapcsolatban megszüntette az eljárást.

A hivatal egy korábbi vizsgálatában (Vj-6/2012.) szintén megállapította, hogy jogsértő magatartást folytatott a Direkt Market Kft., amikor a Slim Intergra/Aha Tropic/Aha Tropic Slim termékéről azt állította, hogy annak segítségével súlycsökkenés érhető el, azonban ezt az állítását nem tudta igazolni. Ezen kívül a termék összetételére, az elérhető fogyás mértékére, ütemére és a készítmény használatától várható eredményekre vonatkozó megtévesztő állításokat tett közzé. A GVH ezért 15.000.000 Ft bírságot szabott ki a vállalkozásra.

Az ügyek hivatali nyilvántartási száma: **Vj-6/2012., Vj-97/2012., Vj-98/2012.**

Budapest, 2013. november 11.

Gazdasági Versenyhivatal

Információ a sajtó részére:

Gondolovics Katalin

sajtószóvivő

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

levél: 1245 Budapest, 5. Pf. 1036

tel: (+36-1) 472-8902

email: sajto@gvh.hu

<http://www.gvh.hu>