

Jogsértőnek találta egy egészségügyi szervezet ajánlását a GVH

A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) döntése értelmében megtévesztő volt a NUMIL Hungary Tápszerkereskedelmi Kft. (NUMIL) 2014. november 1-től 2016. március 31-ig tartó kereskedelmi gyakorlata, amelyben a Házi Gyermekorvosok Országos Érdekvédelmi Egyesülete (egyesület) ajánlásával reklámozta MILUMIL termékeit. A reklám azt a látszatot keltette a fogyasztókban, hogy az egyesület ajánlása egy független, szakmailag megalapozott álláspontot képvisel – megfelelő előzetes vizsgálatok után. Ám az ajánlás szakmai háttere nem igazolódott, sőt, a vállalkozás és az egyesület közötti együttműködés alapvetően marketing célú volt, és az egyesület anyagi juttatásban részesült az ajánlás felhasználásáért a kereskedelmi gyakorlatban. A jogsértésért a NUMIL-ra 54 millió, az egyesületre 500 ezer forint bírságot szabott ki a GVH.

A GVH mind az egyesület, mind az ajánlást a kereskedelmi gyakorlatában alkalmazó piaci szereplő magatartását és felelősségét vizsgálta. A GVH az értékelte, hogy az egyesület ajánlásának reklámokban való megjelenítése mit mond a fogyasztóknak, és ehhez képest milyen tartalom van az ajánlás mögött. A GVH álláspontja szerint ugyanis egy ilyen jellegű, így az érintett terméket a versenytársak közül egyértelműen kiemelő ajánlás esetében a fogyasztók szakmai megalapozottságot feltételeznek. A GVH azonban úgy ítélte meg a rendelkezésére álló bizonyítékok alapján, hogy a két fél együttműködése alapvetően nem szakmai jellegű, hanem marketing célú volt.

A versenyfelügyeleti eljárásban több más, a MILUMIL termékekkel összefüggésben megjelenő (az egészségre és a termékek összetételére vonatkozó) állítást is vizsgált a GVH, ezek döntő többsége esetében azonban nem állapított meg jogsértést.

Egy *egészségügyi jellegű szakmai ajánlás* többféle fogyasztói értelmezéssel rendelkezhet, függően a megfogalmazásától, a megjelenítése formájától és az érintett piac jellemzőitől is. Néhány termék kategória (gyógyszer, gyógyászati segédeszköz, élelmiszer) esetében a szabályozás tiltja/korlátozza a reklámokban felhasználható hivatkozást orvosok vagy más egészségügyi szakemberek ajánlására az emberi egészség védelme, illetve a versenysemlegesség (és esetleg az indokolatlan fogyasztás elkerülése) érdekében. A jelenlegi ügyben azonban az volt a vizsgálat tárgya, hogy mit üzen a fogyasztóknak egy egészségügyi szakmai egyesület ajánlásának szerepeltetése a kereskedelmi gyakorlatban (az ajánlást megalapozó szerződéses együttműködés kereteinek nyilvánosságra hozatala nélkül), és ehhez képest mi az ajánlás valódi alapja; azaz, megtéveszti-e a fogyasztókat az utalás az ajánlásra.

A GVH szerint a fogyasztóknak – egyéb információk hiányában – az „*ajánlás*” szó (vagy ennek szinonimája) egy alapvetően pusztán kommunikációs jellegű együttműködésből következőkön túlmutató jelentést hordoz. Egy adott termékhez, termékcsaládhoz kapcsolódó ajánlás ugyanis azt sugallja, hogy

- a versenytársakénál megbízhatóbb, jobb, hatékonyabb az adott termék, hiszen a fogyasztói bizalmat egyébként is élvező szakemberek egyesülete ajánlja, mert szerintük az adott termék a jó választás (és nem más termék),
- egy szakemberek által kipróbált, tesztelt, majd a választékból kiemelt termékről van szó.

Általánosságban kiemelendő, hogy ha egy adott szakmai szervezet ajánlása ugyan nem esik tiltás hatálya alá, ám annak tartalma a fogyasztók értelmezése szerint nem valós vagy megtévesztésre alkalmas – így az erre hivatkozó piaci szereplő valótlán tulajdonsággal ruházza fel a terméket (mivel pusztán csak szponzorációról, illetve kommunikációs együttműködésről van szó) –, akkor a kereskedelmi gyakorlat jogsértő lehet.

A GVH a bírság meghatározásakor az egyesület esetében az együttműködésből származó, releváns árbevételből, a NUMIL esetében a vizsgált, jogsértő információt tartalmazó kereskedelmi kommunikációk költségeiből indult ki.

A GVH enyhítő körülményként vette figyelembe a NUMIL esetében többek között, hogy a vállalkozás

- a versenyfelügyeleti eljárás indulásakor jelentősen módosította kereskedelmi gyakorlatát, és ennek érdekében jelentős, még a kereskedelmi gyakorlat összköltségéhez képest is számottevő – számlával igazolt – költséget vállalt;
- az egyik kommunikációs hibát elismerte, illetve saját belső mechanizmusai alapján maga is észlelte, hogy a televíziós reklámban szereplő egyik jelentős információ nehezen olvasható, és haladéktalanul korigálta e hiányosságot.

Az egyesület esetében a GVH enyhítő körülményként értékelte, hogy a hatósággal történő együttműködése keretében önkéntesen csatolt olyan iratot, amely meghaladta adatszolgáltatási kötelezettségét, túlmutatott a vonatkozó kérdésen és számára kedvezőtlen tartalmú volt.

A GVH álláspontja szerint azokon a piacokon, ahol jogszerű lehet különböző típusú ajánlások közzététele, az aggályok és kifogások elkerülése végett indokolt az ajánlásokat, azok indokait és tartalmát a lehető legnagyobb mértékben átláthatóvá tenni. Ha az adott szervezet, személy vagy piaci szereplő nem teszi egyértelművé, hogy mit ért ajánláson és miért, milyen szempont alapján ajánlja az adott terméket, akkor az azzal járhat, hogy az ajánlással olyan üzenetet közvetít, amelyet nem tud alátámasztani.

Az ügy hivatali nyilvántartási száma: **Vj/112/2015.**

Budapest, 2018. január 12.

Gazdasági Versenyhivatal

Információ a sajtó részére:
dr. Basa Andrea

További információk:
GVH Ügyfélszolgálat

sajtószóvivő
cím: 1054 Budapest, Alkotmány u. 5.
tel.: (+36-1) 472-8902
fax: (+36-1) 472-8898
mobil: +3630 618-6618
e-mail: basa.andrea@gvh.hu
sajto@gvh.hu
<http://www.gvh.hu>

tel.: (+36-1) 472-8851
e-mail: ugyfelszolgalat@gvh.hu
<http://www.gvh.hu>