



A járvány alatt megtévesztően árult fertőtlenítőtermékek miatt bírságolt a Versenyhivatal

Budapest, 2021. december 8. – A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) 147 milliós bírságot szabott ki a Dettol termékcsalád forgalmazójára, amiért a járványhelyzetben megalapozatlan állításokkal reklámozta fertőtlenítőszereit.

A nemzeti versenyhatóság vizsgálata megállapította, hogy a Reckitt Benckiser Kft. megtévesztette a fogyasztókat az általa forgalmazott Dettol termékcsaládba tartozó biocid termékek (antibakteriális felülettisztító spray-k és kendők, kézfertőtlenítők és szappanok) népszerűsítésekor. A reklámok nagyfokú hatékonyságot állítottak (pl. „Elpusztítja a baktériumok 99,9%-át és inaktiválja a vírusokat”, „Víz nélkül pusztítja el a kórokozók 99.9%-át”), a cég ugyanakkor ezt a hatást az eljárás során csak a baktériumok vonatkozásában tudta elfogadhatóan igazolni. Jogsértőnek bizonyult annak módja is, ahogyan a termékeket a vállalkozás a Heim Pál Gyermekkorház logójával és ajánlásával népszerűsítette. Bár a logót és a „Heim Pál Gyermekkorház ajánlásával” szlogent a cég a felek közötti marketing-megállapodás keretében használhatta, a feltártak nem támasztották alá, hogy a termékek ajánlása szakmai ellenőrzést vagy vizsgálatot követően, megalapozott szempontok alapján történt, ahogyan egy átlagos fogyasztó gondolhatta. A logó és szlogen így megtévesztő üzenetet közvetített a vásárlók felé.

A hatóság vizsgálata kiterjedt arra is, hogy miként népszerűsítette a fertőtlenítőszer az egyik legnépszerűbb hazai Facebook-profil, Tibi atya közösségi oldala. Az eljárás során egyértelműen megállapítható volt, hogy az oldal a két fél közötti együttműködés nélkül jelenítette meg a terméket, vagyis nem próbált szponzorációt leplezni a fogyasztók előtt. A GVH így e vonatkozásban megszüntette az eljárást.

A tisztességtelen gyakorlatokért a GVH Versenytanácsa 147 millió forint versenyfelügyeleti bírságot rótt ki a Reckitt Benckiser Kft.-re. A döntés figyelembe vette többek között, hogy a több évig tartó reklámkampány érezhető hatással volt az érintett piacra. A versenyhatóság tekintettel volt ugyanakkor arra is, hogy a vállalkozás az eljárás hatására önként módosította reklámgyakorlatát és részben elismerte a jogsértést.

Mivel a járványhelyzet miatt a korábbiak sokszorosára emelkedett a kereslet a vírus elleni védekezést segítő termékek iránt, a GVH az elmúlt időszakban fokozott figyelmet fordított erre a területre – különösen abban az időszakban, amikor még nem volt vakcina a Covid-19 ellen, így a fogyasztók kiemelten érzékenyek voltak a védelmet ígérő reklámüzenetekre. Júniusban a [hatóság százmilliós bírságot szabott ki](#) hasonló okokból, és [jelenleg is folyik a vizsgálat](#) a Virostop spray ügyében. Bár a Dettol termékekkel kapcsolatban jogsértőnek bizonyult reklámállításokat a forgalmazó már jóval a járvány előtt is alkalmazta, a GVH [piaci felhívásának megfelelően](#) elvárt lett volna tőle a fokozott óvatosság a járvánnyal érintett kereskedelmi gyakorlatok körében.

Az ügy hivatali nyilvántartási száma: **VJ/12/2020.**