



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL
VERSENYTANÁCS

☒ 1054 Budapest, Alkotmány u. 5. ☎ 472-8864 ☏ Fax: 472-8860

VJ-60/2005/24.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a Gazdasági Versenyhivatal által a GlaxoSmithKline Kft. (Budapest) ellen fogyasztók megtévesztése miatt indult eljárásban – tárgyaláson kívül - meghozta az alábbi

határozatot

A Versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont vállalkozás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított azzal, hogy Coldrex Maxgrip forróitalpor megnevezésű áruját „Az új Coldrex Maxgrip forróitalpor egyetlen adagja akár kétszer erősebb, mint a hasonló, recept nélkül kapható megfázás elleni készítmények” illetve „...hatékonyan tisztítja a légutakat” szövegezéssel reklámozta a 2004 október 15. és 2005. február 27.-e közötti időszakban a televízióban, illetve népszerűsítette azt szórólapjain.

Jogsértést valósított meg továbbá azáltal, hogy honlapján azt közölte, hogy áruja „a legerősebb vény nélkül kapható megfázás és influenza elleni készítmény, mivel maximális mennyiségben tartalmaz láz- és fájdalom- csillapító hatású paracetamolt”.

Egyebekben az eljárást megszünteti.

Kötelezi az eljárás alá vont vállalkozást, hogy a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül fizessen meg a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557. sz bírságbevételi számlájára 3.000.000.-Ft (hárommillió) Ft versenyfelügyeleti bírságot.

A határozat felülvizsgálatát, annak kézbesítésétől számított harminc napon belül kérheti az eljárás alá vont vállalkozás a Fővárosi Bírsághoz címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtandó keresettel.

I.

A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) az 1996.évi LVII. törvény (továbbiakban: Tptv.) 70. § (1) bekezdése alapján hivatalból indított versenyfelügyeleti eljárást annak megállapítására, hogy az eljárás alá vont vállalkozás, az általa forgalmazott „Coldrex Maxgrip citrom ízű por forró italhoz” elnevezésű készítménnyel kapcsolatos reklámjaiban - melyeket különböző televíziós csatornákon

sugárzott 30 mp-es reklámfilmjeiben, továbbá a termék szórólapján, illetve internetes honlapján népszerűsített - a Tpv. III. fejezetében írt rendelkezésekbe ütköző magatartást tanúsított-e.

II.

1. A GlaxoSmithKline a legnagyobb európai gyógyszergyártó cég. Forgalma a világ országaiban 21,4 milliárd GBP volt a 2003. évben, melyből 6,7 milliárd GBP származott Európából.

A magyarországi GlaxoSmithKline Kft., a Glaxo Wellcome Kft., SmithKline Beecham Kft.-be történő beolvadásával jött létre. A Kft. közvetlen tulajdonosa átszervezés miatt megváltozott, a korábbi tulajdonos, a GlaxoSmithKline International Luxemburg S.A. tulajdonjogát a GlaxoSmithKline Luxemburg S.A vette át. A cégbíróság a változást 2004. november 17-i hatállyal jegyezte be.

2. Az eljárás alá vont vállalkozás főtevékenységét a vény köteles és vény nélküli humángyógyszerek és oltóanyagok, valamint egészségvédelmi készítmények importja, és ezeknek a belföldi gyógyszer nagykereskedők, illetve gyógyszertárak részére történő továbbértékesítése képezi.

A Kft-n. belül két külön elszámolású részleg működik.

A Consumers részleg foglalkozik az OTC, azaz vény nélkül kapható gyógyszerek forgalmazásával, mely részleg által értékesített jelentősebb forgalmú gyógyszerek a Panadol (láz- és fájdalomcsillapító), a Cetebe (vitamin), a Niquitin (dohányzásról való leszokást elősegítő készítmény), a Zovirax (ajak herpesz kezelésére szolgáló szer), és a Coldrex, ami a nátha/influenza tüneteinek kezelésére szolgál.

3. A vény nélkül kapható, nátha és influenza tüneteinek kezelésére szolgáló szerek hazai piacán, forgalmi adatait tekintve 17, 8 –os piaci részesedéssel, a Coldrex áll a második helyen.

A különféle „COLDREX” márkanevű gyógyszerek a kiskereskedelmi forgalmazást szolgáló gyógyszertári hálózaton keresztül az ország teljes területén jelen vannak.

3.1. Fenti gyógyszer családon belül vannak egy tünetre ható készítmények, így a

- „Coldrex LaryPlusz” szopogató tablettá a megfázást kísérő torokfájással szemben,

- a Coldrex Broncho” köhögés elleni szirup a kifejezetten erős, hurutos köhögéssel járó megfázás esetére, illetve

3.2. több tünetre ható készítmények, melyek a különböző hatóanyagokat egyesítve enyhítik a tüneteket.

Utóbbi csoportba sorolhatók az alábbi gyógyszerek:

- „Coldrex” tablettá;

- „Coldrex” forróitalpor citrom- és fekete ribizli ízesítésű változatban.

- „Coldrex MaxGrip” citrom ízű por

4. Az eljárás alá vont vállalkozás a 2004.-ben engedélyezett - jelen eljárással érintett - Coldrex MacGrip citrom ízű forróitallal bővítette a megfázás és influenza tünetek kezelésére szolgáló termékei választékát.

4.1. A gyógyszer rövid távon enyhíti a megfázás és az influenza tüneteit, csökkenti a lázat, csillapítja a fájdalmakat (pl. orrmellék, fejfájás), enyhíti a torokfájást és az orrdugulást, orrfolyást (9.számú engedélyezéssel kapcsolatos iratok).

A más összetevők mellett 1000 mg paracetamolt (fájdalom és lázcsillapítás) tartalmazó

gyógyszer, további összetevői folytán segíti az elveszett C-vitamin hiány pótlását, illetve hat az orrdugulásra, az orrmelléküregre is (9/I. számú alkalmazási előírás).

4.2. A vizsgált reklámokkal népszerűsített, országosan forgalmazott Coldrex MaxGrip megnevezésű gyógyszer a 2005. január-áprilisban forgalmazott Coldrex készítmények 19,6 %-át tette ki.

5. A magyarországi megfázás és influenza tüneteire ható, vény nélkül kapható gyógyszerpiac többszereplős verseny piac.

5.1. A piacon forgalmazott vény nélküli gyógyszerek fenti, főként szezonálisan jelentkező betegségek kellemetlen tüneteinek enyhítésére és a szövődmények megelőzésére szolgálnak. Alkalmazásuk célja a láz és a betegséget kísérő fájdalom (fej-, izom-, ízület) csillapítása, a felső és/vagy az alsó légúti panaszok orvoslása, a váladék feloldása, köhögés, orrdugulás, illetve torokfájás kezelése.

Jelentősséggel bír a szervezet C-vitamin raktárainak feltöltése is, mivel a kórokozók bekebelezésében és a szervezetből való eltávolításában a vitaminnak jelentős szerepe van.

5.2. 2004 májusa és 2005 áprilisa között - 2,7 milliárd forint értékben - kb. 4,7 millió doboz megfázás és az influenza tüneteire ható vény nélküli gyógyszert vásároltak Magyarországon, 16%-kal magasabb összegben, mint a korábbi évben.

5.3. Az eljárásban érintett piac piacvezetője a Novartis Hungária Kft. NeoCitran név alatt forgalmazott készítményeivel.

Az eljárással érintett GlaxoSmithKline Kft. – a már írtak szerint - a második helyet, míg a Bayer Hungária Kft. a harmadik helyet foglalja el.

A három jelentős piaci részesedéssel rendelkező vállalkozásokon kívüli további piaci szereplők jelentősen kisebb arányban részesednek a hazai éves forgalomból (Bristol Myers Squibb Kft. Felvex granulátumaival, a Rhinoval pezsgőtablettával; a Stada Arzneimittel AG. Grippostad italporaival és kapszulájával).

6. A Coldrex MaxGrip citrom ízű forróital magyarországi bevezető reklámkampányára 2004 októberében került sor.

6.1. Az eljárástárgyát képező 30 mp-es, eredetileg angol nyelvű televíziós reklámfilm a kelet-európai reklám bevezető filmje volt. A reklámot azokban az országok sugározták, illetve kívánták sugározni, ahol a forróitalpor bevezetésre került.

A reklámfilm 2004. október 15- 2005. február 27. között az MTV 98; az RTL KLUB 295, míg a VIASAT3 194 alkalommal vetítette.

(A reklámfilm sugárzására vonatkozó konkrét időpontokat, televíziós társaságokénti bontásban, a vetítések számláival együtt a 7. számú, és a 9. számú ügyiratba foglalt titkosan kezelendő irat tartalmazza. A reklámfilm tartalmazó CD. a „Vizsgálati jelentés” melléklete.)

6.2 Magyarországon az angol nyelvű forgatókönyv az alábbi fordításban került sugárzásra:

„Az új Coldrex Maxgrip forróitalpor egyetlen adagja akár kétszer erősebb, mint a hasonló, recept nélkül kapható megfázás elleni készítmények.

Akár kétszer annyi láz- és fájdalomcsillapító hatású paracetamolt tartalmaz, továbbá hatékonyan tisztítja a légutakat.

Plusz C-vitamin tartalma pedig segít, hogy az Ön szervezete hamarabb legyőzze a megfázást.

De törvényes egyáltalán ennyi plusz erő?

Új Coldrex Max Grip.

Maximális erő a megfázás ellen. És legális!”

6.3. Az eljárás alá vont vállalkozás szórólapon is népszerűsítette áruját.

Az A5 méretű, 4 oldalú „Coldrex MaxGrip”-es szórólapból 2004. szeptember és 2005 januárja között 1200 gyógyszertárban 300 ezer példány, míg 2005. március elején – a sajtó segítségével (Blikk; Metro, Népszabadság; Magyar Nemzet) behúzás keretében – 1 millió db került terjesztésre.

A szórólap első oldala a készítmény újdonságára utalt, majd a név alatt lépcsőzetesen, valamivel kisebb betűmérettel hívta fel a figyelmet a „forróitalpor”-ra azzal, hogy az „maximális erő a megfázás ellen”.

Az oldal alján „a megfázás szakértője” emblémát helyezték el.

A szórólap belső két oldalán a megfázás és influenza több tünetének enyhítésére szolgáló Coldrex készítmények fényképei, termékismertetői, adagolási útmutatói voltak láthatók úgy, hogy a baloldalon a „Coldrex MaxGrip” forróital csomagolásáról készült fénykép alatt – melyen a homloküreg, az orr és a torok irányába mutató nyíl van ábrázolva – az alábbi feliratok szerepelnek:

- csökkenti a lázat
- megszünteti az orrdugulást
- csillapítja a fájdalmakat
- enyhíti a torokfájást
- C-vitamint tartalmaz.

A hatások ismertetése után az alábbiakat közölte a szórólap:

„Az új, citrom ízű Coldrex MaxGrip egyetlen adagja akár kétszer erősebb, mint a hasonló, recept nélkül kapható megfázás elleni készítmények.

Akár kétszer annyi láz-és fájdalomcsillapító hatású paracetamolt tartalmaz, továbbá hatékonyan tisztítja a légutakat. Plusz C-vitamin tartalma pedig segít, hogy az Ön szervezete hamarabb legyőzze a megfázást.

Coldrex MaxGrip. Maximális erő a megfázás ellen!”

6.4. A vállalkozás internetes honlapjának a Coldrex MaxGrip forróitalra vonatkozó, eljárásban vizsgált állítása, 2004. októbere óta szerepelt a honlapon. (Időközben a honlap szövegét megváltoztatták.)

A honlapon írt tájékoztatás szerint az eljárás alá vonta áru „a legerősebb vény nélkül kapható megfázás és influenza elleni készítmény, mivel maximális mennyiségben tartalmaz láz- és fájdalom- csillapító hatású paracetamolt”.

A honlap tartalmazta továbbá a gyógyszer csomagolásának fényképét, a „Coldrex MaxGrip forróitalpor-Maximális erő a megfázás ellen” feliratot, az italpor termékismertetőjét, adagolási útmutatóját, a fogyasztói figyelmeztetést, valamint azt a közlést, hogy a termék paracetamolt tartalmaz.

6.5. Az eljárás alá vont vállalkozás fentiekén túl patikai posztereken, ún. lifegőkön, valamint internetes kampányban is népszerűsítette termékét a vásárlók körében.

Reklámozott továbbá a metró- média kampány kertén belül is (poszterek és kapaszkodók).

Fenti – 6.5 pontban írt - reklámhordozókat az eljárás alá vont vállalkozás megküldte a vizsgálat részére, azokra azonban a vizsgálat – indokoltság hiányában – nem lett kiterjesztve.

6.6. A GlaxoSmithKline Kft által a „Coldrex MaxGrip” forróitalpor népszerűsítésére (2004. évben és 2005. I. félévében) fordított reklámköltségeket, és azok reklámhordozónkénti megoszlását a 17. számú ügyirat titkosan kezelendő melléklete tartalmazza.

7. A forgalmazást engedélyező Országos Gyógyszerészeti Intézet (továbbiakban: OGYI) a reklámfilmekben elhangzó, és a készítmény szórólapján szereplő megállapítások szakmai megalapozottsága vonatkozásában az alábbi véleményt adta:

7.1. A reklámok azon állításával kapcsolatban, miszerint a gyógyszer „egyetlen adagja akár kétszer erősebb, mint a hasonló, recept nélkül kapható megfázás elleni készítmények”, úgy foglalat állást, miszerint az állítás azt sugallja, hogy a többi hasonló kombinációs készítményhez képest a Coldrex MaxGrip kétszeres mennyiségű hatóanyagot tartalmaz.

Fentiekkel szemben a három összetevőből – paracetamolból, C-vitaminból és fenilefrinből - álló hirdetett termék, néhány más megfázás elleni készítményhez képest, paracetamolból ugyan kétszeres mennyiséget tartalmaz (az állítások paracetamol tartalomra vonatkozó része tehát megállja a helyét), másik két komponense azonban mennyiségileg kevesebb ennél.

Fenti indikációban a piacon kapható olyan készítmény is, amely a felsoroltak mellett más – antihisztamin - komponens is tartalmaz.

Kifejtette, hogy valamely készítmény - a megfázás és az influenza tüneteinek enyhítését szolgáló - hatásosságát a hatóanyagok kombinációja biztosítja.

7.2. Arra a reklámállításra, miszerint a „plusz C-vitamin tartalma pedig segít, hogy az Ön szervezete hamarabb legyőzze a megfázást”, úgy nyilatkozott, hogy az állítás megtévesztő lehet, mert a Coldrex MaxGrip általában ugyanannyi, vagy kevesebb C-vitamint tartalmaz, mint a többi, kombinált megfázás elleni gyógyszer.

7.3. A „hatékonyan tisztítja a légutakat” állítást annyiban kifogásolta, hogy a Coldrex MaxGrip -fenilefrin tartalmánál fogva- csupán az orrlégzést javítja azáltal, hogy csökkenti az orrdugulást (bizonyos reklámanyagokban ez szerepel).

A „tisztítja a légutakat” kifejezés helyett a „tisztítja a felső légutakat” kijelentés használata lenne pontos (6 .számú ügyirat).

7.4. A honlapon szereplő „a legerősebb vény nélkül kapható megfázás és influenza elleni készítmény, mivel maximális mennyiségben tartalmaz láz- és fájdalom- csillapító hatású paracetamol” állítás szakmai megalapozottságáról az OGYI úgy nyilatkozott, hogy az állítás paracetamolra vonatkozó része igaz.

A Coldrex MaxGrip –összehasonlítva az egyéb megfázás elleni kombinációs készítményekkel- paracetamolból valóban a legnagyobb mennyiséget tartalmazza.

E vonatkozásban is rögzítette, hogy a készítmény erősségét, hatásosságát azonban nem lehet csupán a paracetamol-tartalomra visszavezetni. A hatóanyagok kombinációjától függően az együttes hatás eredményezi a megfázás és influenza tüneteinek enyhítését, így például az orrlégzés javítása –függetlenül a paracetamol-tartalomtól-, egy másik hatóanyag, a fenilefrin hatásának eredményeképpen következik

III.

8. Az eljárás alá vont vállalkozás előadta, hogy a vizsgált reklámokon szereplő alábbi megállapítások, miszerint a gyógyszer:

8.1. „egyetlen adagja akár kétszer erősebb, mint a hasonló, recept nélkül kapható megfázás elleni

készítmények”, illetve ezen belül az „akár kétszer erősebb” kitétel arra vonatkozik, hogy a gyógyszernek van olyan hatóanyaga (a paracetamol), amelyet - a jelenleg forgalomban lévő többi készítményekhez képest - akár dupla mennyiségben is tartalmaz az áru (pl. a Coldrex MaxGrip por 1000 mg paracetamolt tartalmaz, míg pl. a NeoCitran porban 500mg paracetamol található).

Ezt, illetve az „akár kétszer annyi láz- és fájdalomcsillapító hatású paracetamolt tartalmaz” állítást a későbbi szövegekörnyezetben pontosan ki is fejtik (lásd mellékelt reklám film szövege), miszerint az erősebb hatást a magasabb paracetamol tartalom biztosítja, megelőzendő ezzel az esetleges félreértéseket.

Ezen állítást a törzskönyvi dokumentumban rögzített összetételre alapozták.

8.2. A „hatékonyan tisztítja a légutakat” kifejezésre előadta, hogy ezen szövegekörnyezet mellett a képsor egyidejűleg egy orrot mutat.

Mivel az orr is a légút része, a képi környezet pontosítja a szöveges közlést, vagyis az együttes hatás megmutatja, hogy a légút mely részére gondoltak.

Fentiek szerinti állításukat szakmailag megalapozottnak tartották, mely megfelel az Országos Gyógyszerészeti Intézet által jóváhagyott betegájékoztató 1. pontjában írtaknak, miszerint „a készítmény feniefrin--hidrokloridot tartalmaz- amely az eldugult orrjáratokra és orrmelléküregre hat, ezzel segítve a könnyebb légzést.”

8.3. A „plusz C-vitamin tartalma pedig segít, hogy az Ön szervezete hamarabb legyőzze a megfázást”; kifejezéssel kapcsolatban kifejtette, hogy a készítményben a C-vitamin az aktív hatóanyagok egyikeként lett törzskönyvezve (lásd csatolt törzskönyvi dokumentáció). Az aktív hatóanyagok együttesen járulnak hozzá a jóváhagyott indikációhoz , az influenza és a megfázás tüneteinek enyhítéséhez.

8.4 A honlapon szereplő azon állításról, miszerint „a legerősebb vény nélkül kapható megfázás és influenza elleni készítmény, mivel maximális mennyiségben tartalmaz láz- és fájdalomcsillapító hatású paracetamolt” előadta, hogy a készítmény törzskönyvi dokumentumában rögzített összetétele szerint 1000 mg paracetamolt tartalmaz.

A jelenleg forgalomban lévő vény nélkül kapható megfázás és infuenza elleni készítmények a következő mennyiségben tartalmazznak paracetamolt:

Coldrex citrom, illetve feketeribizli ízű por	750 mg
Coldrex tableta	500 mg
Grippostad C kapszula	200 mg
Grippostad Hot Drink por	600 mg
NeoCitran por felnőtteknek	500 mg
NeoCitran por gyerekeknek	81 mg
Rhinoval C pezsgőtableta	300 mg

A fentiekből adódóan, álláspontja szerint, mivel a Coldrex MaxGrip az egyetlen olyan készítmény, amely 1000 mg paracetamolt tartalmaz - paracetamol tartalmát tekintve - a legerősebb vény nélkül kapható megfázás és influenza elleni készítménynek minősül.

IV.

9. A vizsgálati jelentés az OGYI véleményeiből és a vizsgálat rendelkezésére álló dokumentumokból megállapította, hogy a reklámfilm, a szórólapon, illetve az internetes honlapon szereplő, és az eljárásban kifogásolt állítások megalapozottságát az eljárás alá vont vállalkozás nem tudta igazolni.

9.1. Nem elfogadta el az eljárás alá vont vállalkozás azon álláspontját, miszerint az „akár kétszer erősebb” állítást megalapozza az, hogy kétszer annyi paracetamol tartalmaz a gyógyszer, mivel egy gyógyszer hatásosságát a hatóanyagok együttese határozza meg.

9.2. Az eljárás alá vont vállalkozással ellentétben a vizsgálat úgy ítélte meg, hogy a reklámanyagokban szereplő „hatékonyan tisztítja légutakat” mondat üzenete nem azonos a Coldrex MacGrip forróitalpor OGYI által jóváhagyott betegtájékoztatójában szereplő „a készítmény fenilefrin–hidrokloridot tartalmaz, amely az eldugult orrjáratokra és orrmelléküregre hat, ezzel segítve a könnyebb légzést” szövegezéssel.

9.3. Az eljárás alá vont vállalkozás érvelésével ellentétben az OGYI álláspontját fogadta el a következők szerint: az aszkorbinsav (C-vitamin), amely az influenza és megfázás ellen ható termékek megszokott összetevője, nem az influenza és a megfázás legyőzéséhez járul hozzá, hanem segít visszanyerni az influenza és a megfázás korai szakaszában esetlegesen elveszített C-vitamint.

10. Fentiekre tekintettel a vizsgálati jelentés indítványozta:

10.1. a 30 mp-es reklámfilm, és a szórólapon szereplő

„egyetlen adagja akár kétszer erősebb, mint a hasonló, recept nélkül kapható megfázás elleni készítmények”, a „plusz C-vitamin tartalma pedig segít, hogy az Ön szervezete hamarabb legyőzze a megfázást”, továbbá a „hatékonyan tisztítja a légutakat” állítások, illetve - az internetes honlapon a Coldrex MaxGrip készítményről olvasható „a legerősebb vény nélkül kapható megfázás és influenza elleni készítmény, mivel maximális mennyiségben tartalmaz láz- és fájdalom- csillapító hatású paracetamol” állítás Tpv. 8 § (2) bekezdés a.) pontjába ütköző voltának megállapítását, valamint a Tpv. 78. § (1) bekezdése alapján 3.000.000, azaz három millió forint bírság kiszabását.

A bírság összegének meghatározásánál a vizsgálat enyhítő körülményként indítványozta figyelembe venni, hogy -a reklámanyagokban szereplő jogsértő állítások mellett is – a Coldrex MaxGrip forróital megvásárlásával a fogyasztókat csak kisebb mértékű érdeksérelem éri, mert az OGYI által bevizsgált és a megfázás illetve az influenza tüneteinek enyhítésére szolgáló jó minőségű termékhez jutnak.

10.2. A 30 mp-es reklámfilm, és a szórólapon szereplő „akár kétszer annyi láz- és fájdalomcsillapító hatású paracetamol tartalmaz” állítást a vizsgálat a jelentésben részletesen kifejtettek alapján valósnak ítélte meg. Álláspontja szerint, a mondat megfelel azon alapvető követelménynek, hogy a reklámban megfogalmazott állítás igaz és pontos legyen.

Fenti állítás esetében a vizsgálat - jogsértés hiányában - a Tpv. 72.§ (1) bekezdésének a.) pontja alapján a versenyfelügyeleti eljárás megszüntetését indítványozta.

V.

Jogszályi háttér

11. A gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény (Grtv.) 7. §-ban foglaltak alapján, tilos közzé tenni megtévesztő reklámot.

A Grtv. 15. § (2) értelmében a Tpv. rendelkezéseibe is ütköző – fogyasztók megtévesztésére alkalmas - megtévesztő reklámok elbírálása a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe tartozik.

A vény nélküli gyógyszerek reklámozására vonatkozó szabályokat a 10. § tartalmazza, melynek értelmében az - egyes, külön jogszabályban meghatározott tilalmazott készítmények kivételével - embergyógyászati célra szánt, gyógyszerből vény nélkül is kiadható gyógyszerek reklámozása - más feltételek mellett – csak akkor megengedett, ha a reklám a gyógyszert a törzskönyvezés során meghatározott alkalmazási előírat alapján mutatja be.

A megtévesztő reklám (7. §) közzétételéért - a 14. § (3) bekezdése alapján - a reklámozó a felelős, illetve a Grtv. 17.§-ának (3) bekezdése szerint a reklámozó, indokolt esetben, a reklám ténybeli állításainak bizonyítására kötelezhető.

12. A 64/2003. (X.31.) ESzCsM rendelet az emberi felhasználásra kerülő gyógyszerek, gyógyszernek nem minősülő gyógyhatású készítmények reklámozásáról és ismertetéséről szóló jogszabály értelmében „embergyógyászatban használatos gyógyszert [Grtv. 2. § i) pont], a Grtv.-ben és a rendeletben meghatározott módon és feltételek szerint lehet hirdetni, reklámozni, ismertetni.

A (2) bekezdés alapján „gyógyszerek reklámozásának minősül minden olyan információátadás és tevékenység, amely a gyógyszerrendelés, -forgalmazás vagy -fogyasztás befolyásolását célozza, illetve arra alkalmas, így különösen a gyógyszerek lakosságnak szóló reklámja.

A rendelet 9. §-a szerint a Grtv.-ben, és a jogszabályban meghatározott szabályok megsértése esetén a reklámfelügyeleti eljárásban az OGYI, mint szakhatóság vesz részt.

VI.

13. A Gazdasági Versenyhivatal által alkalmazandó 1996. évi LVII. törvény (Tpv.) 8. §. (1) bekezdése értelmében tilos a fogyasztók gazdasági versenyben történő megtévesztése.

A 8. §. (2) bekezdés a.) pontja) szerint a fogyasztók megtévesztésének minősül, ha valamely vállalkozás az áru ára, lényeges tulajdonsága - így például egészségre gyakorolt hatása - tekintetében valótlan tény, vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állít, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást ad.

14. Az eljárás alá vont vállalkozás reklámtevékenységét országos verseny piacon fejtette ki, ahol, a tényállásban írtak szerint, több vállalkozás is kínál a jelentős kereslettel bíró - az emberi felhasználásra kerülő gyógyszerekről szóló 1998. évi XXV. törvény (Gytv.) hatálya alá tartozó, egészségre gyakorolt hatása miatt jogszabályban meghatározott hatóság (OGYI) bejegyzése alapján forgalmazható – vény nélkül vásárolható, az eljárás alá vont vállalkozás árujával azonos, vagy ahhoz hasonló rendeltetésű árut (gyógyszert).

Fentiek folytán a Versenytanács megállapíthatónak látta, hogy az eljárás alá vont vállalkozás a vizsgált magatartást a gazdasági versenyben fejtette ki.

15. A vény nélkül vásárolható gyógyszerek reklámozásakor, tekintettel azok egészségre

gyakorolt hatására, továbbá arra is, hogy ezen árukat orvos közbejötté nélkül vásárolják meg a fogyasztók, különös jelentőséggel bír az áru hatásait a vásárláskor kontrollálni nem tudó fogyasztók jogszerű tájékoztatása.

A Tpv. 8.§ (2) bekezdésének a) pontjában foglaltak szerint a fogyasztói döntések jogsértő befolyásolására alkalmas magatartás, valótlan tényállítás mellett, megvalósulhat valós tény megtévesztésre alkalmas módon történő állításával, illetőleg bármilyen más, megtévesztésre objektíve alkalmas tájékoztatással is.

Minden olyan magatartás, amely alkalmas a fogyasztók döntési szabadságának korlátozására jogellenes, tekintet nélkül annak megvalósítási formájára, illetve arra, hogy a hátrány ténylegesen bekövetkezett-e a piacon.

A közlés megtévesztésre alkalmassága értékelésekor a Tpv. 9.§-aban írtak figyelembevételével kell eljárni, mely szerint a reklámban használt kifejezéseket a mindennapi életben elfogadott jelentése alapján kell értelmezni annak megállapítása érdekében, hogy az adott tájékoztatás alkalmas-e a fogyasztók megtévesztésére.

16. A Versenytanács reklámhordozónként vizsgálta, hogy a reklámokban foglalt egyes közlések, illetve ezeket figyelembe véve az egyes reklámok teljes üzenete alkalmas volt-e a fogyasztók megtévesztésére.

Előrebocsátja a Versenytanács – a vizsgálati eljárásban felmerültekkel szemben -, hogy a vizsgált reklámok nem minősülnek összehasonlító reklámoknak, mivel nem felelnek meg az összehasonlító reklámot meghatározó, a Grtv. 2.§ o.) pontjában írt tényállásnak, miszerint az a reklám tekinthető összehasonlító reklámnak, amely közvetlenül vagy közvetve felismerhetővé tesz egy másik vállalkozást, vagy egy másik árut a fogyasztó számára.

Mivel fenti reklámok esetében a törvényi feltételek nem állnak fenn, az eljárásban vizsgált reklámok állításait az adott érintett piacon forgalomban lévő valamennyi gyógyszer viszonyában kellett megítélni.

16.1. A TV-ban sugárzott reklámfilm közléseinél a Versenytanács azt vette alapul, hogy az eljárással érintett gyógyszer 1000 mg paracetamol tartalmaz, így láz- és fájdalomcsillapítást szolgáló összetevői alapján - az OGYI véleményével alátámasztottan - önmagában nem találta megtévesztésre alkalmasnak az „akár kétszer annyi láz-és fájdalomcsillapító hatású paracetamol tartalmaz” kifejezést, mivel vannak olyan versenytársi gyógyszerek, melyek paracetamol tartalma viszonyában – az akár szó használata mellett, mely által feltételezhető, hogy az paracetamol tartalom kétszeres mennyisége nem minden versenytársi termék vonatkozásában áll fenn - az állítás, annak helyes értelmezése mellett megállja a helyét.

16.1.1 Fentiek után abban kellett állást foglalni, hogy a „...Coldrex MaxGrip egyetlen adagja akár kétszer erősebb, mint a hasonló, recept nélkül kapható megfázás elleni készítmények” állítás - a 16.1. pontban írtakat is figyelembe véve - valós árutulajdonság-e, vagy a fenti pontban írt jogszerű állításból, az eljárás alá vont vállalkozás védekezésével ellentétben, nem következik ezen utóbbi állítás valós, jogszerű volta.

A Versenytanács az OGYI véleményére alapozva – nem fogadta el, hogy a fent írt magas paracetamol tartalom a gyógyszer valamennyi, a fogyasztók szempontjából lényeges árutulajdonság vonatkozásában jogszerűvé teszi az állítást, mivel a készítmény erősségét, azaz a fogyasztói szempontjából való hatásosságát, nem lehet csupán a paracetamol-tartalomra visszavezetni.

Az OGYI -Versenytanács által elfogadott - véleménye szerint a megfázás és influenza összes

tüneteinek enyhítésére való alkalmasságot a különböző hatóanyagok kombinációjától függő együttes hatás eredményezi, így például az orrlégzés javítását – ami függetlenül a paracetamol-tartalomtól - nem alapozza meg egy, bár egyébként fontos összetevő mennyisége.

A Versenytanács szerint nem volt elfogadható az eljárás alá vont vállalkozás azon védekezése, hogy a reklám 16.1.1. alatt írt üzenete csak egy gyógyszerösszetevőre érthető. A reklám általában szól a gyógyszerről, amikor az „... egyetlen adagja akár kétszer erősebb...” kitélt használja, és ezen nem változtat az sem, hogy utóbb külön közli azt a tényt, hogy mennyi paracetamolt tartalmaz.

16.1.2. A légutak tisztításával kapcsolatos reklámállítás pontatlan az OGYI véleményéből megállapíthatóan.

Tény, hogy a szövegezés melletti képen egy náthás férfi látható, azonban a náthás férfi képe, függetlenül attól, hogy orra is egy megfázott ember benyomását kelti, nem alkalmas a szöveg általános és egyben pontatlan üzenetének korrekciójára.

16.1.3. A „plusz C-vitamin tartalma pedig segít, hogy az Ön szervezete hamarabb legyőzze a megfázást” kifejezés vonatkozásában az OGYI arra tekintettel nyilvánított véleményt, hogy az adott gyógyszerhez képest más gyógyszerek ugyanannyi, vagy több C-vitamint tartalmaznak.

Ez a tény ugyan igaz lehet önmagában, azonban a vizsgált reklám erre vonatkozóan nem tett sem ezt hangsúlyozó, sem ezzel ellentétes állítást.

A reklám a gyógyszert akként népszerűsítette, hogy az segít a fogyasztó szervezetének abban, hogy hamarabb legyőzze a megfázást.

Az OGYI által jóváhagyott betegtájékoztató szerint az aszkorbinsav (C-vitamin) az influenza, és megfázás ellen ható termékek megszokott összetevője, amit az iratokból megállapíthatóan az érintett gyógyszer is tartalmaz.

Az influenza és megfázás esetén a C-vitamin közismerten fontos a szervezet részére. A Versenytanács ezt alapul véve, a fogyasztók szempontjából nem találta lényegesnek, hogy a reklám milyen szóhasználattal élt a C-vitamin tartalom vonatkozásában, vagyis a közlés - tudományos egzaktsággal - megfelelt-e azt egyébkénti hatásmechanizmusnak

Álláspontja szerint a Tpv. 9. §-a alkalmazásában annak van jelentősége, hogy a beteg a gyógyszer révén hozzájut a szervezete számára közismerten fontos C-vitaminhoz.

16.2. Az eljárásban vizsgált szórólap belső oldalán írt nagyobb mérettel írt tájékoztatások megfeleltek az OGYI által kiadott engedélyben írtaknak.

Az apróbb betűs szöveg azonos volt a televízióban vetített film szövegezésével, így a Versenytanács szerint a 16. és 16.1. pontban írtak ezen reklám esetében is érvényesek.

Fentieket annyiban kívánja kiegészíteni a Versenytanács, hogy a szórólapon található a csomagoláson megjelenített nyilak – a szövegezéssel együtt - azt a hatást erősítik, hogy valamennyi légút tisztítására alkalmas a gyógyszer.

16.3. A honlapon szereplő „a legerősebb vény nélkül kapható megfázás és influenza elleni készítmény, mivel maximális mennyiségben tartalmaz láz- és fájdalom- csillapító hatású paracetamolt” egy mondatba foglalat két állítás más fogalmazási móddal ugyan, de ugyanazt az üzenetet közvetíti, mint a szórólap és a TV-s forgatókönyv.

A gyógyszert a legerősebbnek, azaz a betegség szempontjából leghatásosabbnak mutatja be az adott érintett piacon anélkül, hogy felismerhetővé tenné versenytársait, vagy azok termékeit, vagyis az összehasonlító reklám formáját alkalmazná.

Ezt a „leghatásosabb” üzenetet a „mivel” magyarázó szó segítségével a paracetamol tartalommal kötötte össze, mely paracetamol tartalom az OGYI – fent márt írt - véleményéből megállapíthatóan, nem teszi valóssá az állítást a betegség valamennyi tünete szempontjából.

17. Fentiekre tekintettel a Versenytanács a jogsértést részben –a rendelkező részben írtak szerint - megállapította a Tpv. 8.§ (1) és (2) bekezdés a.) pontja alapján (Tpv. 77.§ (1) bekezdés d.) pont), míg egyebekben a Tpv. 77.§ (1) bekezdés j.) pontja alapján - jogsértés hiányában - az eljárás megszüntette.

18. A Tpv. 78. § (1) bekezdése alapján, a (2) bekezdésben írtak figyelembevételével bírság szabható ki a jogsértő magatartást tanúsító vállalkozással szemben.

A bírság összegét a jogsérelem súlyára (gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, fogyasztói érdekek sérelmének köre, kiterjedtsége), a jogsértés időtartamára, az elért előnyre, a jogsértő piaci helyzetére, a felróhatóságra, illetve az eljárás alatt tanúsított együttműködő magatartásra tekintettel kell megállapítani.

A Versenytanács a bírság összegének meghatározásánál figyelemmel volt arra, hogy a jelentős piaci súllyal rendelkező, gyógyszer forgalmazó eljárás alá vont vállalkozás magatartása jelentős számú reklámok révén hatott a piacra.

A reklámállítások ugyanakkor – fentiek ellenére - nem okoztak jelentős fogyasztói érdeksérelmet azáltal, hogy az egyébként jól hasznosítható árunak csak egyes tulajdonságaival kapcsolatban fogalmazódtak meg megtévesztésre alkalmas állítások. Értékelte a Versenytanács azt is, hogy az eljárás alá vont felhagyott a jogsértő tájékoztatással.

Budapest, 2005. szeptember 21.