



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj-115-029/2009.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a dr. H.-B. Z. ügyvéd (Kajtár Takács Hegymegi-Barakonyi Baker&McKenzie Ügyvédi Iroda) által képviselt **Berlin-Chemie/A. Menarini Magyarország Szolgáltató Kft.** (Budaörs) eljárás alá vont vállalkozás ellen a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény alapján indult eljárásban - nyilvános tárgyaláson - meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t .

A Versenytanács megállapítja, hogy Berlin-Chemie/A. Menarini Magyarország Szolgáltató Kft.

- 2008. november 10. és 2009. szeptember 16. közötti időszakban televíziós reklámjaiban, online hirdetéseiben és vásárláshelyi reklámányaiban megtévesztésre alkalmas módon jelentette meg, hogy a Fastum gél, illetve hatóanyaga, a ketoprofen - a nátrium-diklofenák, a piroxicam és a diclofenac epolamin hatóanyag-tartalmú készítményekhez viszonyítva - jobb felszívódási képességgel, és ennek következtében nagyobb fájdalom- és gyulladáscsökkentő hatékonysággal rendelkezik,
- 2008. november 10-től hat héten át sugárzott televíziós reklámjában megtévesztésre alkalmas módon jelentette meg, hogy a Fastum márka hatékony fájdalomcsillapító képessége következtében nyerte el a Superbrands 2008 díjat.

A Versenytanács kötelezi a Berlin-Chemie/A. Menarini Magyarország Szolgáltató Kft.-t 10.000.000 Ft (azaz Tízmillió forint) bírság megfizetésére, amelyet a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételi számlája javára köteles teljesíteni.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított harminc napon belül a Fővárosi Bíróságnak címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtható vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel lehet kérni.

I n d o k o l á s

I.

A vizsgálat tárgya

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló többször módosított 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 67. §-ának (1) bekezdése, valamint 70. §-a, továbbá a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 26. §-ának (1) bekezdése alapján a 2009. szeptember 16-án kelt Vj-115/2009. ügyiratszámú végzésével versenyfelügyeleti eljárást indított a Berlin-Chemie/A. Menarini Magyarország Szolgáltató Kft.-vel (a továbbiakban: Berlin-Chemie/A. Menarini Kft. vagy eljárás alá vont vállalkozás) szemben.
2. A GVH észlelte, hogy a Berlin Chemie/A. Menarini Kft. az általa forgalmazott Fastum gél kereskedelmi kommunikációjában valószínűsíthetően megtévesztően jelenítette meg a Fastum gél felszívódási képességét a nátrium-diklofenák tartalmú készítményekkel szemben, amikor egyben a Fastum gél nagyobb hatékonyságára is utalt, továbbá valószínűsíthetően megtévesztő tájékoztatást adott arról, miért nyerte el a termék a Superbrands címet.
3. A GVH 2009. november 18-án kelt Vj-115-004/2009. ügyiratszámú végzésével a vizsgálatot a Tpv. 70. §-ának (4) bekezdése alapján kiterjesztette, mert a Berlin-Chemie/A. Menarini Kft. a Fastum gél kereskedelmi kommunikációjában valószínűsíthetően megtévesztően jelenítette meg a Fastum gél felszívódási képességét a nátrium-diklofenák tartalmú készítményeken túlmenően a piroxicam, a nifluminsav és a diclofenac epolamin tartalmú készítményekkel szemben is, amikor egyben a Fastum gél nagyobb hatékonyságára is utalt.
4. A Berlin Chemie/A. Menarini Kft. ezen magatartásával valószínűsíthetően megvalósította a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 6. §-ának (1) bekezdésében foglalt rendelkezéseket, és ezzel megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését.
5. A vizsgálatlal érintett időszak 2008. november 1-jétől az eljárásindítás napjáig (2009. szeptember 16.) tart.

II.

Az eljárás alá vont vállalkozás

6. A Berlin-Chemie/A. Menarini Kft. tulajdonosa a német Berlin-Chemie/Menarini Pharma GmbH, amely az olasz Menarini-csoporthoz tartozó Berlin-Chemie AG tulajdonában áll. A vállalkozás cégkivonat szerinti főtevékenysége reklámügynöki tevékenység. Az eljárás alá vont végzi a Menarini-csoport gyógyszereinek a magyarországi forgalmazásához szükséges engedélyeztetését, biztosítja a gyógyszerekkel kapcsolatos folyamatos minőségügyi, gyógyszerbiztonságossági és információs törvényi kötelezettségek teljesítését. A vállalkozás forgalmazást elősegítő kereskedelmi gyakorlat keretében piackutatást, szakmai ismertetést, laikusok felé történő kommunikációt végez (nyomtatott anyagok, online, illetve elektronikus média

megjelenések). A gyógyszerfejlesztés érdekében részt vesz klinikai, illetve beavatkozással nem járó vizsgálatok lebonyolításában is.

7. Az eljárás alá vont tevékenységét 2007. január 1-én kezdte meg, ezt megelőzően a Berlin Chemie AG képviselőtét a Berlin-Chemie AG Magyarországi Közvetlen Kereskedelmi Képviselőte látta el.
8. Az eljárás alá vont vállalkozás 2008. évi nettó árbevétele 2.317.463.000 forint.

III.

Az ízületi- és izomfájdalmak kezelésére szolgáló készítmények és az érintett fogyasztói kör általános jellemzői

9. A Fastum gél az ízületi- és izomfájdalmak lokális kezelésére szolgáló, nem szteroid gyulladáscsökkentő gyógyszerek családjába tartozik. Hatóanyaga a ketoprofen. A készítmény vény nélkül kapható. A Fastum gél alkalmazási előírata szerint olyan izom vagy csontízületi reumás vagy ún. traumás eredetű fájdalmak helyi kezelésére ajánlott, mint baleseti sérülések, zúzódások, ficamok, húzódasos, rándulásos sérülések, hátfájás, nyakmerevedés (torticollis).
10. Az ízületi- és izomfájdalmak helyi kezelésére a ketoprofen hatóanyagú készítmények mellett más hatóanyagú, így például nátrium-diklofenák, diclofenac epolamin, piroxicam és nifluminsav tartalmú gyógyszereket is használnak, amelyek szintén a nem szteroid gyulladáscsökkentő készítmények közé sorolhatóak. Az ízületi- és izomfájdalmak kezelésére szolgáló gyógyszerek tablettá, kúp és lokális kezelésre szolgáló krém (gél) formájában is elérhetőek.
11. A versenyfelügyeleti eljárásban megkeresett Országos Gyógyszerészeti Intézet (OGYI) tájékoztatása szerint¹ a szóban forgó nátrium-diklofenák (diclofenac natrium), diclofenac epolamin és piroxicam tartalmú készítmények közül az alábbi lokális (krém, gél formátumú) készítmények rendelkeznek az OGYI forgalomba hozatali engedélyével:

Termék neve	Hatóanyag neve	Forgalomba hozatali engedély jogosultja	Megjegyzés
Diclofenac-Ratiopharm gél	diclofenac natrium	Ratiopharm Hungária Kft.	-
Diclac 5% gél	diclofenac natrium	Hexal Hungária Kft.	-
Veral gél	diclofenac natrium	Herbacos-Bofarma s.r.o.	Törzskönyvből törölve ² 2007. május 21.
Diclofenac Pharmavit 1% gél	diclofenac natrium	Bristol-Myers Squibb Kft.	Törzskönyvből törölve 2007. május 21.
Flector EP gél	diclofenac epolamin (12,92 mg diclofenac	IBSA Pharma Kft.	-

¹ Vj-115-018/2009. számú irat

² Az OGYI tájékoztatása szerint a törzskönyvből történő törlés után is forgalmazhatóak a készítmények a lejáratú időn belül, ezért a törzskönyvből törölt készítmények forgalomban lehettek a vizsgált időszakban. A nevezett termékek lejáratú idejének alakulására vonatkozóan azonban nem áll rendelkezésre adat.

	epolamin – megfelel 10,0 mg nátrium- diklofenáknak – 1 g gélben)		
Hotemin krém	piroxicam	Egis Nyrt.	-

12. Az OGYI tájékoztatása szerint nifluminsav hatóanyagú készítmény Magyarországon nincs forgalomban.
13. Ízületi- és izomfájdalmak kezelésére más – a reklámállításban nem szereplő – hatóanyagot tartalmazó készítmények is forgalomban vannak. Ilyenek a diclofenac egy másik sóját, a diclofenac dietilamint tartalmazó Flameril 10 mg/g gél és Voltaren emulgél 1% készítmények, amelyek az OGYI helyettesíthetőségi listája szerint a diclofenac natrium 1% gél/emulgél készítményekkel azonos indikáció esetén azonos terápiás választ eredményeznek, azaz egymással kicserélhetők.
14. A gyógyászati célú helyettesíthetőség kérdésének elsősorban vényköteles gyógyszerek esetében van jelentősége. Vény nélkül kapható készítményeknél, ugyanazon javallati körben, a gyógyszerésznek tágabb mozgástere van ajánlani készítményeket, és a betegeknek is lehetősége van választani akár a reklámok hatására is az eltérő hatóanyagú termékek közül.
15. A Fastum gél, valamint a fentebb felsorolt nátrium-diklofenák, diclofenac epolamin és piroxicam tartalmú készítmények vény nélkül szerezhetőek be a gyógyszertárakban és egyéb, gyógyszer forgalmazására engedéllyel rendelkező kiskereskedelmi üzletekben.³
16. Az ízületi- és izomfájdalmak helyi kezelésére szolgáló készítményeket egyrészt ízületi megbetegedéssel, másrészt traumás eredetű fájdalommal küzdő fogyasztók keresik. Magyarországon kb. százezren szenvednek gyulladással, és csaknem egymillióan kopásos ízületi megbetegedésben.
17. Az ízületi- és izomfájdalmak kezelésére szolgáló gyógyszereket általában televízió reklámokban, hetilapokban, gyógyszertárakban elhelyezett szóróanyagokon népszerűsítik.
18. A fogyasztó számára az egyes termékek reklámjaiból, csomagolásáról, alkalmazási előiratából, a gyógyszerész szóbeli tájékoztatójából ismert, milyen hatóanyagú terméket használ.

³ A Gyftv. 67. §-ának (1) bekezdése alapján gyógyszerári működési engedéllyel nem rendelkező vállalkozás gyógyszer-kiskereskedelmi tevékenységet a kereskedelmi tevékenység folytatására vonatkozó külön jogszabályokban és az e törvényben, valamint az e törvény felhatalmazása alapján kiadott külön jogszabályokban meghatározott feltételek együttes teljesítése esetén folytathat. A Gyftv. 68. §-ának (1) bekezdése alapján a külön jogszabály alapján működési engedéllyel rendelkező üzlet gyógyszer akkor forgalmazhat, ha az egészségügyi államigazgatási szerv erre engedélyt adott.

IV. A vizsgált magatartás

19. A GVH az eljárás alá vont által a Fastum géllal kapcsolatban közzétett reklámállításokat az alábbiak szerint vizsgálta:
- a) az eljárás alá vont megtévesztően jelenítette-e meg a Fastum gél felszívódási képességét a nátrium-diklofenák, a piroxicam, a nifluminsav és a diclofenac epolamin tartalmú készítményekkel szemben, amikor egyben a Fastum gél nagyobb hatékonyságára is utalt,
 - b) az eljárás alá vont megtévesztően jelenítette-e meg, miért nyerte el a termék a Superbrands címet.
20. A vizsgált reklámállításokat a határozat 1. számú melléklete tartalmazza.

IV.1. A Fastum gél felszívódási képességével és a különböző hatóanyagú készítményekhez viszonyított hatékonyságával kapcsolatos állítások

21. Az eljárás alá vont az egyes készítmények felszívódási képessége és hatékonysága közötti összefüggést az ún. Vincent-kutatás eredményeire alapította, amelyet a Dermo Cosmetic Research Center (Antony, Franciaország) és a Dél-Párizsi Egyetem Gyógyszerészeti Fakultása, Dermifarmakológiai és Kozmetológiai Kutatási Osztálya (Párizs, Franciaország) munkatársai végeztek. Vizsgálati eredményeiket az Arzneimittel-Forschung/Drug Research című kiadványban jelentették meg.⁴
22. A Vincent-kutatás eredményeit tartalmazó publikáció szerint a kutatás célja az volt, hogy összehasonlítsa különböző gyógyszerformulációk felszívódási paramétereit az egyes nem szteroid gyulladáscsökkentő gyógyszer készítmények (NSAID) humán bőrön keresztül történő hatóanyag leadása és abszorpciója szempontjából az American Association of Pharmaceutical Scientist és a Food and Drug Administration kutatói által kidolgozott standard diffúziós körülmények között.
23. A kutatás során standardizált körülmények között mérték öt kereskedelemben kapható nem szteroid gyulladáscsökkentő gyógyszer (NSAID), így többek között a gél formájú ketoprofen, a diclofenac epolamin, a piroxicam és nifluminsav, valamint az emulgél formulációjú nátrium-diklofenák bőrben tapasztalható biohasznosulását annak érdekében, hogy össze tudják hasonlítani a diffúziós tulajdonságukat, amelyet – tekintettel arra, hogy különböző koncentrációban vannak a segédanyagban – a gyógyszerleadási hatékonyság (vagy diffúziós kapacitás) alapján adtak meg. A vizsgálatban részt vett ketoprofen készítmény a KetumTM volt. Mivel a Fastum gélt bizonyos országokban KetumTM néven hozzák forgalomba, megállapítható, hogy a Vincent-kutatás során a Fastum gél felszívódási képességét vizsgálták. Az egyéb hatóanyagú készítmények esetében a felhasznált készítmények pontos neve, gyártója nem került feltüntetésre.
24. A kapott eredmények azt mutatták, hogy az összes vegyület esetében gyors volt a diffúzió, és egy órányi diffúziót követően már jelentős mennyiséget lehetett kimutatni a receptor fázisban. A kutatás szerint a gél formulációjú ketoprofen bőrön keresztüli diffúziója szignifikánsan nagyobb mértékű volt, mint az összes többi NSAID készítményé. A 24 órás mérés végén a diffúziós kapacitás⁵ alapján a készítmények rangsorolása a következő volt: ketoprofen 8,0%±3,7%; piroxicam 6,5%±4,5%;

⁴ Vincent et al., Arzneimittel-Forsch. / Drug Res., 49 (I), Nr. 6 (1999), Vj-115-014/2009./1./1.-2. számú mellékletek

⁵ átlagérték ± szórás

nifluminsav 2,7%±1,8 %; natrium diclofenac 2,1%±1,1%; diclofenac epolamin 0,75%±0,52%. A legnagyobb mértékben tehát a ketoprofen szívódott fel, majd a piroxicam, azt követően a nifluminsav, majd a nátrium-diklofenák, végül a diclofenac epolamin.

IV.2. A Superbrands 2008 díjjal kapcsolatos állítások

25. A Superbrands díj magyarországi odaítélésének szervezését végző Printxbudavár Zrt. nyilatkozata szerint⁶ a Brand Council független szervezet 1995-ben, Nagy-Britanniában jött létre, és világszerte 82 országban működik. A Brand Council minden országban létrehoz egy független és önkéntes bizottságot, amely az arra érdemes márkáknak a Superbrands díjat odaítéli. A bizottság tagjai a marketing szakma, a média és a tudományos élet vezető képviselői. Legfőbb feladatuk annak biztosítása, hogy csak az arra érdemes márkák kaphassák meg a Superbrands díjat.⁷ A szakmai bizottság nem vizsgálja a márka/termék összetételét, alapanyagát, kifejezetten marketing szempontú értékelést folytat.
26. Magyarországon 2004 óta ítélik oda a Superbrands 2008 díjat. A kiválasztás alapja a Magyar Szabadalmi Hivatal adatbázisa, amelyben csaknem 95.000 nemzeti védbejegyzés található. A magyarországi Superbrands Bizottság ennek az adatbázisnak a szűkített változatából választ.
27. Az eljárás alá vont Fastum gél márkája 2008-ban kapott Superbrands díjat,⁸ amelyről 2008 tavaszán értesítették a vállalkozást. Ezt követően a vállalkozás csatlakozott a 2008-as Superbrands Programhoz, így a Printxbudavár Zrt.-vel kötött szerződése alapján márkakommunikációjában 2009. július 31-ig jogosult volt a Superbrands 2008-as logót használni.⁹

IV.3. Az alkalmazott kommunikációs eszközök

28. Az eljárás alá vont vállalkozás a Fastum gél népszerűsítésére televíziós reklámot, online hirdetéseket és vásárláshelyi reklámanyagokat használt fel.

IV.3.1. Televíziós reklámok

29. A televíziós reklámok különböző változatai 2008. november 10-től kerültek sugárzásra, összesen 4 változatban.¹⁰ A televíziós reklámok ismertetése a határozat 2. számú mellékletében található, sugárzásuk időtartamát és az azokat sugárzó televíziós csatornák nevét összefoglalóan az alábbi táblázat tartalmazza.¹¹

	Sugárzás kezdete	Sugárzási hetek száma	Televíziós csatornák
1. változat	2008. november	6	TV2, RTL Klub, MTV, Viasat 3, National Geographic, Film+, Hallmark
2. változat	2009. január	1	TV2, RTL Klub, Viasat 3, National Geographic, Film+,

⁶ Vj-115-016/2009. számú irat

⁷ Vj-115-015/2009. számú irat

⁸ Vj-115-009/2009. számú irat 1. számú melléklete

⁹ Vj-115-016/2009. számú irat

¹⁰ Vj-115-002/2009. számú irat 3. és 5. számú melléklete

¹¹ A spot-ok sugárzásának pontos időtartama és pontos száma üzleti titkot képez (lásd a Vj-115-019/2009. és Vj-115-021/2009. sz. iratokat).

			Hallmark
3. változat	2009. február	6	TV2, RTL Klub, Viasat 3, National Geographic, Film+, Hallmark
3. változat ¹²	2009. július	0,5	TV2, Viasat 3, National Geographic, Film+, Hallmark
3. változat ¹³	2009. augusztus	1	TV2, RTL Klub, Viasat 3, National Geographic, Film+, Hallmark
4. változat	2009. június	2,5	TV2, Viasat 3, National Geographic, Film+, Hallmark

IV.3.2. Online hirdetések

30. Online hirdetések öt változatban jelentek meg a Fastum gél népszerűsítésére a www.hazipatika.com és a www.50plusz.hu honlapokon, 2008 novemberétől, illetve 2009 márciusától.¹⁴ Az egyes hirdetések szövegének ismertetése a határozat 3. számú mellékletében található.¹⁵

IV.3.3. Vásárláshelyi reklámanyagok

31. 2009 januárjától kerültek terítésre országosan az eljárás alá vont vállalkozás által alkalmazott vásárlási reklámanyagok (poszter, attrap, tépőke), néhány száz, illetve több tízezer példányban, összesen tízféle változatban.¹⁶ Az egyes kommunikációs anyagok ismertetése a határozat 4. számú mellékletében található.^{17 18}

V.

Az Országos Gyógyszerészeti Intézet nyilatkozata

32. A versenyfelügyeleti eljárásban a GVH által belföldi jogsegély keretében megkeresett OGYI nyilatkozata alapján a Vincent-kutatásban műtét során eltávolított emberi bőrön történő penetráció sebességét mérték, és ilyen körülmények között hasonlították össze a Fastum gél ketoprofen hatóanyagát a nátrium-diklofenák, a diclofenac epolamin, a piroxicam és a nifluminsav hatóanyagokkal.

33. A preparátumon, in vitro laboratóriumi körülmények között mért penetráció sebességének nagyságából nem következik azonban, hogy az emberi szervezetben, a szervekben a gyulladás, a fájdalom hasonló mértékben változik. Nem állítható, hogy a penetráció sebessége és a célszervekben jelentkező fájdalomcsillapító, gyulladáscsökkentő hatás között egyenes arányosság van. A két készítmény hatása

¹² A televíziós reklám 3., 2009 februárjával sugárzott változata 2009. júliusban és augusztusban ismételt sugárzásra került.

¹³ A televíziós reklám 3., 2009 februárjával sugárzott változata 2009. júliusban és augusztusban ismételt sugárzásra került.

¹⁴ Vj-115-002/2009. számú irat 3. és 6. számú melléklete

¹⁵ Az egyes online hirdetések pontos megjelenési adatai üzleti titkot képeznek (lásd a Vj-115-019/2009. és Vj-115-021/2009. sz. iratokat).

¹⁶ Vj-115-002/2009. számú irat 3. és 6. számú melléklete

¹⁷ A vásárláshelyi reklámanyagok kapcsán az eljárás alá vont megjegyezte, hogy a Fastum gél vonatkozásában az egyes patikák is szerveztek akciókat, amelyekhez az eljárás alá vont az itt ismertetett promóciós anyagokat szolgáltatva, az ezen promóciós anyagokon kívül az egyes patikák által alkalmazott reklámanyagok nem állnak a rendelkezésükre (Vj-115-002/2009. 8. kérdésre adott válasz).

¹⁸ Az egyes vásárláshelyi reklámanyagok pontos megjelenési adatai üzleti titkot képeznek (lásd a Vj-115-019/2009. és Vj-115-021/2009. sz. iratokat).

közötti feltételezett különbség alátámasztására ugyanis ún. kemény végpontú – vagyis a gyakorló orvos számára jól definiálható kimenetű, a betegség valamely fontos végállapotát leíró – klinikai vizsgálat elvégzése szükséges. Klinikai vizsgálaton alapul a gyógyszerek adagolási sémájának beállítása, a dózis-hatás összefüggés megállapítása, az optimálisnak tartható egyszeri és napi dózis meghatározása is.¹⁹

34. A Fastum gél 2008 novemberétől sugárzott televíziós reklámfilmje miatt az eljárás alá vonthoz érkezett versenytársi kifogás nyomán a Berlin-Chemie/A. Menarini Kft. 2008 decemberében megkereste az OGYI-t, és a szóban forgó reklámfilmrel, valamint annak tervezett módosításával kapcsolatban – többek között – állásfoglalást kért arra vonatkozóan, hogy megtévesztheti-e a fogyasztót az, hogy az animáció emberi testen mutatja be az „in vitro” vizsgálat eredményét. Az OGYI a 2008. novemberi reklámanyag vonatkozásában a GVH megkeresésére adott fenti válaszával azonos tartalommal foglalt állást, következtetésként megállapítva, hogy a reklámfilm szövege és az animáció félrevezető módon hatásbeli különbséget sugall.²⁰

VI.

Az eljárás alá vont álláspontja

35. Az eljárás alá vont a vizsgálat során, majd a vizsgálati jelentés és a Versenytanács előzetes álláspontjának megismerését követően is részletesen kifejtette álláspontját a vizsgált magatartásokkal kapcsolatban.

VI.1. A Fastum gél felszívódási képességével és a különböző hatóanyagú készítményekhez viszonyított hatékonyságával kapcsolatos állítások

36. Az eljárás alá vont a „csaknem négyszer több szívódik fel” állításról előadta, hogy az állítás valós, amelyet egy független szervezet által lefolytatott tudományos kutatás (a Vincent-kutatás) eredményei is alátámasztanak. A Fastum gél reklámjában is megjelenítésre került, hogy ezen állítás a Vincent-kutatás eredményén alapul. Az eljárás alá vont álláspontja szerint megállapítható, hogy a Vincent-kutatás eredményei által alátámasztottan a ketoprofen diffúziós kapacitása (felszívódási képessége) csaknem négyszerese a nátrium-diklofenák diffúziós kapacitásának, így a Fastum gél reklámokban foglalt állítás valós információt tartalmaz.
37. Előadta továbbá, hogy a hivatkozott állítás a Fastum gél alkalmazási előírásával összhangban van, az abban szereplő, az adagolásra vonatkozó információt részletezi, indokolja. Bemutatott egy kalkulációt, amely a Fastum gél és az OGYI helyettesíthetőségi listáján szereplő, azaz bioekvivalens, innovatív nátrium-diklofenák tartalmú Voltaren Emulgél 1%, valamint utóbbi két generikus változata, a Diclofenac-Ratiopharm gél és a Flameril 10 mg/g gél alkalmazási előírásában szereplő adagolások figyelembe vételével bemutatja az egyes készítményekből felhasználandó mennyiséget. Megállapítja, hogy a Fastum gél valamennyi, forgalomba hozatali engedéllyel rendelkező, az OGYI által egymással helyettesíthetőnek minősített nátrium-diklofenák tartalmú készítménynél kedvezőbb adagolási feltételek mellett alkalmazható, ami a Fastum gél hatóanyagának, a ketoprofennek a kedvezőbb felszívódási képességére vezethető vissza.
38. Kiemelte, hogy versenytársi jelzésre 2009 februárjától átfogalmazta a reklámállítást, és ettől az időponttól nem a ketoprofen hatóanyag felszívódása és hatékonysága közötti

¹⁹ Vj-115-010/2009. számú irat 1. kérdésre adott válasz

²⁰ Vj-115-027/2009. számú irat 3.1.1. pontja és 1. sz. melléklete

(kétségtelenül fennálló) összefüggést hangsúlyozza, hanem a négyszeres felszívódási képességet csak mint a termék egyik lényeges terméktulajdonságát említi.²¹

39. Előadta, hogy a Fastum gél reklámokban nem hangzik el olyan állítás, amely szerint a Fastum gél hatékonyabb vagy gyorsabb fájdalom- és gyulladáscsökkentő hatással rendelkezne, mint a megfelelő adagban alkalmazott nátrium-diklofenák készítmények.²² A vizsgált reklámok egy része tartalmazott ugyan a Fastum gél hatékonyságára vonatkozó állítást, azonban a hatékonyság vonatkozásában egyetlen esetben sem került sor a szó közép fokú jelzős változatának használatára, ebben a vonatkozásban nem alkalmazott összehasonlító állítást. Előadta továbbá, hogy a hatékonyság többféleképp értelmezhető, és a vizsgálat nem bizonyította, hogy terápiás hatékonyság értendő alatta. A Fastum gél terápiás hatékonysága azért sem kérdőjelezhető meg, mert azt az OGYI gyógyszerként regisztrálta, amelynek a Gyógyszer törvény alapján előfeltétele a klinikailag is bizonyított terápiás hatásosság. A készítmény kiemelkedő hatékonyságát az OGYI által jóváhagyott betegájékoztató is kiemeli.²³
40. Kifejtette, hogy a Vincent-kutatásban megállapított gyorsabb és nagyobb mértékű felszívódás értelemszerűen segíti, hogy a Fastum gél gyorsabban ki tudja fejteni a kívánt hatást, ezáltal a felszívódási képesség és a klinikai hatékonyság között bizonyítható az összefüggés. A felszívódási képesség és a hatékonyság közötti összefüggést az OGYI szakvéleménye sem zárja ki, a penetráció sebessége és a célszervekben jelentkező fájdalom- és gyulladáscsökkentő hatás között egyenes arányosság ugyan nem áll fenn (4X jobb felszívódás, 4X jobb hatékonyság), azonban ezt a Fastum gél reklámok nem is állítják.²⁴
41. Az eljárás alá vont előadta, hogy a fentieket a piroxicam, a nifluminsav és a diclofenac epolamin tartalmú készítmények vonatkozásában is irányadónak tartja. A ketoprofen tartalmú Fastum gél gyorsabb és nagyobb mértékű felszívódási képességét a Vincent-kutatás eredményei teljes mértékben alátámasztják a piroxicam, a nifluminsav és a diclofenac epolamin tartalmú készítmények vonatkozásában is. A Fastum gél reklámjai a piroxicam, a nifluminsav és a diclofenac epolamin készítmények esetében sem fogalmaztak meg előadása szerint terápiás hatékonyságra utaló állítást.²⁵
42. Előadta, hogy nifluminsav tartalmú lokális készítmény Magyarországon nincs forgalomban. A Fastum gél reklámban található ábrán (amely a ketoprofen tartalmú Fastum gél, illetve a piroxicam, a nifluminsav és a diclofenac epolamin tartalmú készítmények diffúziós hatékonyságát mutatja) a nifluminsav tartalmú lokális megjelenítésére a Vincent-kutatás eredményének az eredetihez hű formában történő közlése érdekében került sor.²⁶
43. A Versenytanács előzetes álláspontjának azon kifogására, miszerint a Vincent-kutatás a felszívódást „in vitro” körülmények között mérte, a kommunikációs eszközökön látható vizuális ábra ugyanakkor azt sugallja, hogy az emberi szervezetben is az adott mértékű felszívódás következik be, az eljárás alá vont megjegyezte, hogy a felszívódás tekintetében – a felhám felépítése és a felszívódási folyamat sajátosságai folytán – a frissen kivett emberi bőrminta (felhám) és az élő szervezetben található bőr (felhám) azonosan viselkedik. Előadta továbbá, hogy a Vincent-kutatás során az egyes készítmények felszívódásának összehasonlítására azonos, standard körülmények között került sor. A felszívódási mértékek egymáshoz viszonyított arányában semmiképp nem

²¹ Vj-115-014/2009./1. számú irat 7-10. kérdésekre adott válasz

²² Vj-115-002/2009. számú irat 13. kérdésre adott válasz

²³ Vj-115-024/2009. számú irat 2. pont

²⁴ Vj-115-024/2009. számú irat 2. pont

²⁵ Vj-115-002/2009. számú irat 13. kérdésre adott válasz

²⁶ Vj-115-009/2009. számú irat 1. kérdésre adott válasz

várható jelentősebb eltérés „in vivo” alkalmazás során sem. Megjegyezte azt is, hogy az OGYI állásfoglalása sem kifogásolta a Vincent-kutatás körülményeit, illetve annak eredményét, csupán annyit állapított meg, hogy a terápiás hatásosság közötti különbség alátámasztására ún. kemény végpontú klinikai vizsgálat szükséges.²⁷

VI.2. A Superbrands 2008 díjjal kapcsolatos állítások

44. A Superbrands díjjal kapcsolatban előadta, hogy a címet marketing és értékesítési szakemberekből álló zsűri ítéli oda kiemelkedő sikereket, hírnevet elérő márkáknak. A Fastum gél a Superbrands címet azért kaphatta meg, mert a termék elfogadottsága kiemelkedő a fogyasztók körében. A Superbrands díjat számos termék, szolgáltatás kapcsán használják a különböző vállalkozások kommunikációjukban, ezért a Superbrands jelölés tartalma az átlagfogyasztó számára jól ismert, a fogyasztók tisztában vannak azzal, hogy a Superbrands díj és a termék hatásossága között legfeljebb közvetett kapcsolat van.^{28 29}
45. A Versenytanács előzetes álláspontjára és a tárgyaláson tett nyilatkozatában elismerte ugyanakkor, hogy az „így nem meglepő” fordulat alkalmazásának a reklámban lehet olyan értelmezése, miszerint a Fastum gél a Superbrands 2008 díjat a termék hatékonyságára is tekintettel nyerte el, ami a fogyasztók számára félreérthető lehetett. Hangsúlyozta ugyanakkor, hogy „Superbrands 2008” címre történő hivatkozás nem volt hangsúlyos a reklámokban, illetve a kifogásolt fordulat használata 2009 januárjában meg is szűnt. Kijelentette továbbá, hogy a jövőben törekedni fog arra, hogy amennyiben akár Superbrands címre, akár más, általa elnyert díjra vagy címre hivatkozik reklámban, azt a lehető legpontosabban tegye.³⁰

VI.3. Az eljárás alá vont kötelezettségvállalása

46. Az eljárás alá vont a Versenytanács előzetes álláspontjának kézhezvételét követően, az Fttv. 27. §-ának (3) bekezdésére és a Tptv. 75. §-ára figyelemmel, kötelezettségvállalást terjesztett elő az ügy ilyen módon történő lezárása érdekében. Nyilatkozata szerint vállalja, hogy amennyiben a Vincent-kutatás eredményeit a jövőben meg kívánja jeleníteni a reklámjaiban, a Versenytanács előzetes álláspontjában foglaltak figyelembevételével jár el, és kerüli az olyan szöveges, illetve képi megjelenítés alkalmazását, amely alkalmas lehet a fogyasztók megtévesztésére azáltal, hogy túlmutat a Vincent-kutatás eredményeinek megjelenítésén, ideértve az olyan megjelenítést, amely a Fastum gél hatóanyagának, a ketoprofennek a Vincent-kutatás által alátámasztott négyszeres felszívódási képességét a termék hatékonyságával kapcsolja össze.
47. Az eljárás alá vont kijelentette továbbá, hogy amennyiben az ügy kötelezettségvállalással történő lezárására nincs lehetőség, a kötelezettségvállalásában foglaltakat ettől függetlenül meg kívánja valósítani.³¹

VI.4. Az esetleges jogkövetkezményekkel kapcsolatos észrevételek

48. Arra az esetre, ha a Versenytanács nem tartaná elfogadhatónak az eljárás alá vont kötelezettségvállalását, kérte, hogy a bírság kiszabásától tekintsen el vagy azt az alábbi körülményekre figyelemmel alacsony összegben állapítsa meg.

²⁷ Vj-115-027/2009. számú irat 1.1. pontja

²⁸ Vj-115-014/2009. számú irat 10. kérdésre adott válasz

²⁹ Vj-115-024/2009. számú irat 3. pont

³⁰ Vj-115-027/2009. számú irat 1.2. pontja és Vj-115-028/2009. számú irat

³¹ Vj-115-027/2009. számú irat 2. és 3.3. pontjai

49. A jogsértéshez való viszonyulása tekintetében kiemelte, hogy már a versenyfelügyeleti eljárás megindítását megelőzően, egy versenytársi kifogásra, az OGYI-hoz fordult a 2008. novemberi reklámmal kapcsolatos állásfoglalásért, majd az OGYI véleményét figyelembe véve módosította is azt, és a módosítást megelőzően alkalmazott televíziós reklám 2009 júniusában csak véletlenül és összesen mindössze 2,5 hétig került újra adásba. Célja nem volt, szándékában nem állt a fogyasztók megtévesztése, amit az OGYI megkeresése is mutat, valamint a reklámok kialakításában időközben szigorú jogi kontrollt vezetett be, ami a felelősség hiányát igazolja. Kiemelte továbbá, hogy a versenyfelügyeleti eljárás megindítását követően a vizsgált reklámanyagok terjesztésével haladéktalanul felhagyott. Álláspontja szerint enyhítő körülményként veendő továbbá figyelembe, hogy a – 2009 februárja előtt sugárzott televíziós reklámok kivételével – a reklámok szövegszerűen nem állították a Fastum gél nagyobb hatékonyságát, csak a tájékoztatások összkepe eredményezhette ezt az üzenetet. Ilyen körülményként hivatkozik továbbá az eljárás alá vont a kötelezettségvállalás önkéntes megvalósításával kapcsolatos vállalására, valamint arra, hogy korábban sem követett el jogsértést. Tekintettel arra, hogy az OGYI által jóváhagyott beteg tájékoztató által elismerten a Fastum gél terápiás hatékonysága nem vitatható, a fogyasztókat a termék megvásárlásával hátrány nem érthette. A készítmény eladási adatainak alakulása pedig azt mutatja, hogy a kifogásolt magatartás tényleges piaci hatással nem bírt.³²

VII. Jogi háttér

VII.1. A fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (Fttv.)

50. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése alapján az Fttv. állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, valamint az ilyen kereskedelmi gyakorlat tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait.
51. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése kimondja, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (2) bekezdés alapján tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, a) amelynek alkalmazása során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el (a továbbiakban: szakmai gondosság követelménye), és b) amely érzékelhetően rontja azon fogyasztó lehetőségét az áruval kapcsolatos, a szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, akivel kapcsolatban alkalmazzák, illetve akihez eljut, vagy aki a címzettje, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg (a továbbiakban: a fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas. A (3) bekezdés alapján a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §). A (4) bekezdés rögzíti, hogy az Fttv. mellékletében meghatározott kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelenek.

³² Vj-115-027/2009. számú irat 3. pontja és a Vj-115-028/2009. számú irat

52. Az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdése alapján megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény – figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére – olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az alábbiak közül egy vagy több tényező tekintetében és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.
53. Az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdése alapján az áru lényeges jellemzője a bg) pont szerint annak az adott célra való alkalmassága, a használatától várható eredmények, előnyei, valamint a bj) pont szerint annak az egészségre gyakorolt hatása.
54. Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése alapján a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve áru nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is. Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni. A (2) bekezdés alapján, ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportja magatartásának torzítására alkalmas, és ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni.
55. Az Fttv. 2. §-ának a) pontja szerint a törvény alkalmazásában fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy.
56. Az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll.
57. Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a Gazdasági Versenyhivatal jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.
58. Az Fttv. 11. §-ának (1) bekezdése alapján a 10. § alkalmazásában a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál – a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével – a következő szempontok irányadóak:
- a) az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközének jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára vagy a jogsértéssel érintett áru mennyiségére, vagy
 - b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján.
59. Az 11. §-ának (2) bekezdése alapján a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha
- a) a kereskedelmi gyakorlat országos műsorszolgáltatást végző műsorszolgáltatón keresztül valósul meg,
 - b) a kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű időszakos lap vagy legalább három megyében terjesztett napilap útján valósul meg,
 - c) a fogyasztók közvetlen megkeresésének módszerével végzett kereskedelmi gyakorlat legalább három megye fogyasztói felé irányul, vagy

- d) az áru eladásának helyén alkalmazott eladásösztönző kereskedelmi gyakorlat legalább három megyében megszervezésre kerül.
60. Az Fttv. 14. §-a szerint a vállalkozás – az eljáró hatóság felhívására – a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát igazolni köteles. Ha a vállalkozás nem tesz eleget ennek a kötelezettségnek, úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak. Erre a vállalkozást a hatóság felhívásában figyelmeztetni kell.
61. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja alapján a GVH a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló versenyfelügyeleti eljárásában a Tptv. rendelkezéseit alkalmazza, az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel.
62. A Tptv. 75. §-ának (1) bekezdése értelmében, ha a hivatalból indult versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált magatartás tekintetében az ügyfél kötelezettséget vállal arra, hogy magatartását meghatározott módon összhangba hozza e törvény, illetve az EK-Szerződés 81-82. cikkének rendelkezéseivel, és a közérdek hatékony védelme e módon biztosítható, az eljáró versenytanács végzéssel – az eljárás egyidejű megszüntetésével – kötelezővé teheti a vállalat teljesítését, anélkül, hogy a végzésben a törvénysértés megvalósulását, vagy annak hiányát megállapítaná. Az Fttv. 27. §-ának (3) bekezdése szerint a Tptv. 75. §-a szerinti kötelezettségvállalás alkalmazásának akkor is helye lehet, ha az ügyfél a vizsgált magatartással időközben felhagyott. Ilyen esetben a magatartás megisméltetésétől való tartózkodásra lehet kötelezettséget vállalni.
63. A Tptv. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja értelmében az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését.
64. Az eljáró versenytanács a Tptv. 78. §-ának (1) bekezdése értelmében bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tptv., illetve az Fttv. rendelkezéseit megsérti. A bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve annak – a határozatban azonosított – vállalkozáscsoportnak a jogsértést megállapító határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja. A (3) bekezdés rögzíti, hogy a bírság összegét az eset összes körülményeire – így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő felek piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a törvénybe ütköző magatartás ismételt tanúsítására – tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a fogyasztók, üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

VII.2. A gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvény (Grt.)

65. A Grt. 3. §-ának h) pontja alapján megtévesztő reklám minden olyan reklám, amely bármilyen módon – beleértve a megjelenítését is – megtéveszti vagy megtévesztheti azokat a személyeket, akik felé irányul, vagy akiknek a tudomására juthat, és megtévesztő jellege miatt befolyásolhatja e személyek gazdasági magatartását, vagy ebből eredően a reklámozóval azonos vagy ahhoz hasonló tevékenységet folytató más vállalkozás jogait sérti vagy sértheti.
66. A Grt. 2. §-a alapján a törvény megtévesztő reklámra vonatkozó rendelkezéseit annyiban kell alkalmazni, amennyiben a reklám címzettje kizárólag vállalkozás vagy önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró nem természetes személy.
67. A Grt. 29. §-ának (1) bekezdése alapján a reklámozó az eljáró hatóság felhívására a reklám részét képező tényállítás valóságát igazolni köteles. Ha a reklámozó nem tesz

eleget ennek a kötelezettségnek, úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak. Erre a reklámozót a hatóság felhívásában figyelmeztetni kell.

VIII. A Versenytanács döntése

68. A versenyfelügyeleti eljárás annak vizsgálatára indult, hogy az eljárás alá vont a Fastum gél kereskedelmi kommunikációjában megtévesztően jelenítette-e meg a Fastum gél felszívódási képességét a nátrium-diklofenák, a piroxicam, a nifluminsav és a diclofenac epolamin tartalmú készítményekkel szemben, amikor egyben a Fastum gél nagyobb hatékonyságára is utalt, valamint, hogy kereskedelmi kommunikációjában megtévesztő tájékoztatást adott-e arról, miért nyerte el a Fastum gél a Superbrands címet.

VIII.1. Értékelés az Fttv. alapján

69. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése az Fttv.-t rendeli alkalmazni azokra az áruhoz kapcsolódó kereskedelmi gyakorlatokra, amelyeket a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmaznak. Az Fttv. 2. §-ának d) pontja a kereskedelmi gyakorlat körébe tartozó magatartások között külön is nevesíti a reklámot.
70. Az Fttv. 2. §-ának f) pontja és a Grt. 3. §-ának d) pontjában szereplő meghatározás értelmében a gazdasági reklám olyan közlés, tájékoztatás, illetve megjelenítési mód, amely valamely birtokba vehető forgalomképes ingó dolog értékesítésének vagy más módon történő igénybevételenek előmozdítására, vagy e céllal összefüggésben a vállalkozás neve, megjelölése, tevékenysége népszerűsítésére vagy áru, árujelző ismertségének növelésére irányul. Mivel a vizsgált tájékoztatások a Fastum gél (termék) értékesítésének előmozdítására irányulnak, a Grt. és az Fttv. alkalmazásában gazdasági reklámnak minősülnek.
71. Az Fttv. 2. §-ának az ügyleti döntés fogalmát rögzítő h) pontja alapján ügyleti döntésnek minősül pl. a fogyasztó azon döntése, amelynek során azonosítja a szükségletét, s azt, hogy szükségletét kielégítendő a versenytársak közül melyik vállalkozást, annak melyik termékét, szolgáltatását, milyen feltételekkel választja. Jelen versenyfelügyeleti eljárásban a releváns ügyleti döntés a Fastum gél megvásárlása az ízületi- és izomfájdalmak helyi kezelésére szolgáló készítmények közötti választás során.
72. Az Fttv. 2. §-ának a) pontja alapján az Fttv. alkalmazásában fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy. Tekintettel arra, hogy a Fastum gélt természetes személyek egészségügyi panaszának kezelésére ajánlják, továbbá, hogy a vizsgált reklámokat közvetítő valamennyi kommunikációs eszköz a széles értelemben vett nyilvánosság, illetve célzottan egészséggel kapcsolatos kérdésekben tájékozódni kívánó „laikusok” elérését biztosítják, s kifejezetten szakmai felhasználókat megcélzó kommunikációs eszköz nem szerepel közöttük, a Versenytanács szerint megállapítható, hogy a vizsgált kereskedelmi kommunikáció címzettje az Fttv. szerinti értelemben vett fogyasztó. Mindez nem zárja ki, hogy egyes reklámok szakmai felhasználókat (pl. gyógyszerészeket) is céloznak, azonban a fentiekben kifejtettek szerint az eljárás alá vont által választott

kommunikációs csatornák jellegére tekintettel azok minden esetben fogyasztók felé is irányulnak.

73. Tekintettel arra, hogy a Grt. 2. §-a alapján a törvénynek a megtévesztő reklámra vonatkozó rendelkezéseit annyiban kell alkalmazni, amennyiben a reklám címzettje kizárólag vállalkozás vagy önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró nem természetes személy, a fogyasztókat (is) célzó kereskedelmi gyakorlatokat – az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdésére is figyelemmel – az Fttv. rendelkezései alapján kell megítélni.
74. Az Fttv. hármas követelményrendszer vezet be azáltal, hogy definiálja a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot (3. § (2) bekezdés), a megtévesztő (6-7. §) és agresszív (8. §) kereskedelmi gyakorlatot, továbbá a mellékletben szereplő tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok – példálózó – felsorolását. A szabályozás logikájából (generális-speciális viszony) adódóan mindig azon tényállási elemeket kell vizsgálni, amelyeknek a magatartás különösen megfeleltethető, az általánosabb tényállási elemeket nem, hiszen azokat a jogalkotó megvalósultnak tekinti.
75. A Versenytanács értékelése szerint a Fastum gél felszívódási képességével és a különböző hatóanyagú készítményekhez viszonyított hatékonyságával, illetve a Superbrands 2008 elismerés megjelenítésével kapcsolatos kereskedelmi kommunikáció nem feleltethető meg az Fttv. mellékletében leírt tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatoknak. Ezért a Versenytanács az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdése körében értékelte, hogy az eljárás alá vont magatartása alkalmas volt-e arra, hogy a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítse, amelyet egyébként nem hozott volna meg, illetve, hogy az ezen döntés alapjául szolgáló információ megtévesztésre alkalmas volt-e akként, hogy a valótlan információt, vagy valós információt megtévesztésre alkalmas módon tett közzé.

VIII.2. Az érintett fogyasztói kör

76. A Fttv. alapján a vizsgált kereskedelmi gyakorlat megítélése során, ha az a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni. Az Fttv. 4. §-ának (2) bekezdése szerint, ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportja magatartásának torzítására alkalmas, és ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni.
77. A rendelkezésre álló adatok alapján megállapítható, hogy a vizsgált terméket a fogyasztók akut és krónikus ízületi- és izomfájdalmak, gyulladások kezelésére vásárolják, a készítmény gyógyszertárakban és egyes, erre engedéllyel rendelkező kiskereskedelmi üzletekben (pl. drogériákban) szerezhető be, vény nélkül. A Versenytanács álláspontja szerint a gyógyhatást ígérő reklámok minden esetben speciális, sérülékeny fogyasztói kört céloznak meg: azokat a fogyasztókat, akik az adott termék hatásossága körében keresik a gyógyulást valamely fizikai fogyatkozásuk (betegség, sérülés, fájdalom) következtében. Ezért függetlenül attól, hogy adott egészségre ható terméket használó fogyasztói kör különböző tudatossági szintű fogyasztókat ölelhet fel, a terméket népszerűsítő reklámok címzettjei szükségszerűen az Fttv. 4. §-ának (2) bekezdésében meghatározott sérülékeny fogyasztói körbe tartoznak. A sérülékeny fogyasztói körbe tartozó fogyasztóknak szóló reklámok esetében a vállalkozásoktól fokozott felelősség és elővigyázatosság várható el annak érdekében, hogy a kiszolgáltatott fogyasztók jogait tiszteletben tartsák.

78. Az, hogy az eljárás alá vont a Fastum gél más hatóanyag tartalmú készítményekhez viszonyított hatékonyságára vonatkozóan milyen tartalmú tájékoztatást jelentet meg, amiatt is fokozott jelentőséggel bír, mert arról – bizalmi termékről lévén szó – a fogyasztó megfelelően nem győződhet meg.

VIII.3. A vizsgált kommunikációs eszközök értékelése

VIII.3.1. A Fastum gél felszívódási képességével és a különböző hatóanyagú készítményekhez viszonyított hatékonyságával kapcsolatos állítások

79. A Berlin-Chemie/A. Menarini Kft. kommunikációs anyagaiban a Fastum gél hatóanyaga, a ketoprofen – más hatóanyagú készítményekkel szembeni – jobb felszívódási képességére, és ezzel összefüggésben hatékonyságára vonatkozóan fogalmaz meg állításokat. Reklámállításait a határozat IV.1. részében ismertetett Vincent-kutatásra alapozza, amelyet hivatkozásként a vizsgált kommunikációs eszközök egy részén meg is jelenített.
80. Az ízületi- és izomfájdalmak kezelésére szolgáló készítményeknek – az eljárás alá vont által sem vitatottan – lényeges tulajdonsága a készítmény hatóanyagának felszívódási képessége, valamint fájdalomcsillapító és gyulladáscsökkentő hatásának hatékonysága, gyorsasága, amely fontos tényező az ilyen típusú készítményeket éppen ilyen céllal kereső fogyasztók számára a hasonló termékek közötti választás során.
81. A Versenytanácsnak a kifogásolt kereskedelmi gyakorlat kapcsán abban kell állást foglalnia, hogy a reklám alapján a fogyasztó pontos, reális képet alkothat-e a termékről, illetve annak reklámban megjelenített tulajdonságáról: az eljárás alá vont által közzétett egyes reklámok milyen üzenetet hordoznak a fogyasztó számára, és a hivatkozott kutatás megállapításai alátámasztják-e azt az ígéretet, amelyet az adott reklám a fogyasztók felé közvetít. Ennek kapcsán hangsúlyozza a Versenytanács, hogy valamely tájékoztatás tartalmának megállapításánál nem az azt közzétevő vállalkozás célja vagy olvasata az irányadó, hanem a fogyasztók által ténylegesen – a reklámmédium sajátosságaira is figyelemmel – fogható üzenet.
82. A televíziós reklámokban a Fastum gél – más hatóanyagú készítményekkel szembeni – hatékonysága szövegszerűen a következő állításokkal került említésre:
- „*A Fastum gél hatékonyan csillapítja a fájdalmat, hiszen hatóanyagából csaknem 4X több szívódik fel, mint a nátrium-diklofenák készítményekből.*” (1. és 2. változat)
 - „*A Fastum gél a hátfájást és az ízületi fájdalmakat hatékonyan és gyorsan csillapítja. Hatóanyagából pedig csaknem 4X több szívódik fel a bőrön keresztül, mint a nátrium-diklofenák készítményekből / a vizsgált nátrium-diklofenák készítményből.*” (3. / 4. változat)
83. A szövegszerűen elhangzó állítások mellett – többek között – a „*hatékony*” és „*gyors*” feliratok olvashatók, illetve illusztrációként egy emberi hát rajza jelenik meg, amelynek egyik felét Fastum géllal, a másik felét nátrium-diklofenák készítménnyel kezelik. Fehér pontokkal jelzik a két készítmény felszívódását, amely a Fastum géllal kezelt területen gyorsabb, és ott több a fehér pont is. Az 1., 2., és 4. változatban a képen erőteljesebb piros színnel jelölt a hát nátrium-diklofenák készítménnyel kezelt része, továbbá lassabban szűnik meg annak pirossága, mint a Fastum géllal kezelt területnek. A Fastum géllal kezelt részen a „*csaknem 4X több szívódik fel*” közlés jelenik meg. A 3. változatban az illusztráció annyiban tér el a másik három változatban alkalmazottól, hogy azon csak a felszívódást jelző fehér pontok láthatók, a pirosság azonos módon változik a hát két felén. Apróbetűvel a Vincent-kutatást hivatkozzák ennek forrásaként.

84. A Versenytanács értékelése szerint a televíziós reklámok 1. és 2. változatában az eljárás alá vont részéről a „hiszen” szó alkalmazásával szövegszerűen is összekapcsolásra került a Fastum gél fájdalomcsillapító képességének hatékonysága és hatóanyagának más hatóanyag-tartalmú készítményekhez viszonyított jobb felszívódása. A reklám a Fastum gélnek tulajdonított hatékony fájdalomcsökkentő hatást a hatóanyagok felszívódása közötti különbséggel magyarázza, amely számszerűen is megjelenítésre kerül, ami a fogyasztó számára – annak ellenére, mint azzal az eljárás alá vont is érvel, hogy a reklámban a hatékonyság vonatkozásában nem kerül sor a szó középfokú jelzős változatának („hatékonyabb”) használatára – a jobb felszívódási tulajdonsággal rendelkező hatóanyagot tartalmazó készítmény nagyobb hatékonyságára enged következtetni. Megjegyzi a Versenytanács, hogy egy állítás nemcsak középfokú jelző használatával fejezhet ki a termék jobb minőségét, nagyobb hatékonyságát stb. sugalló üzenetet, hanem szöveggörnyezettől, megfogalmazástól függően egyéb módon is, valamint az állítás a reklám képi és / vagy hangyi elemeivel együtt összhatásában is kialakíthatja ezt a benyomást a fogyasztóban.
85. Az illusztrációként alkalmazott ábra egy emberi háton fehér pontokkal jelölve a Fastum gél nagyobb, gyorsabb felszívódását mutatja egy nátrium-diklofenák készítményhez képest, amit az egyidejűleg látható felirat is erősít. Az ábrán a hát nátrium-diklofenákkal kezelt része tovább és erősebben marad piros, mint a Fastum géllal kezelt területen, ami azt a benyomást kelti, hogy a Fastum gél gyorsabban és erőteljesebben szünteti meg a fájdalmat, illetve a gyulladást. Ily módon a televíziós reklámban látható illusztráció – önmagában is – azt sugallja a fogyasztó számára, hogy az emberi testen alkalmazva a Fastum gél gyorsabb, nagyobb mértékű felszívódásának köszönhetően, más, nátrium-diklofenák tartalmú készítményhez viszonyítva a fájdalmat, gyulladást gyorsabban, hatékonyabban csillapítja. A készítmények alkalmazásának az emberi testen történő szemléltetése egyúttal azt is üzeni a fogyasztónak, hogy felszívódásuk, illetve fájdalom-, gyulladáscsökkentő hatásuk az emberi szervezetben is így alakul.
86. Egy televíziós reklám esetében az időkorlát és a reklám észlelésének sajátosságai miatt jellemzően kevés információ fér el. Ezen kommunikációs eszköz jellemzője továbbá, hogy a vetítés rövid időtartama, illetve a gyorsan pergő képek miatt a reklám üzenete nem azonosítható a reklám forgatókönyvében egymás után megfogalmazott állítások összességével, a reklám üzenetét a képi és hangyi megjelenítések együttesen alakítják ki, s a nem hangsúlyosan megjelenő, kis betűmérettel elhelyezett írásbeli információ ténylegesen nem nyújt tájékoztatást a fogyasztók számára. Ezen sajátosságokat figyelembe véve a Versenytanács úgy értékelte, hogy nemcsak a televíziós reklám 1. és 2. változata (ahol a termék hatékonysága és más termékhez viszonyított jobb felszívódása kifejezetten szövegszerűen is összekapcsolásra kerül). hanem a képi megjelenítésre tekintettel – a velük azonos illusztrációt tartalmazó – 4. változat is, a fogyasztó számára azt az üzenetet közvetíti, hogy a Fastum gél használata esetén, hatóanyagának jobb felszívódása következtében, gyorsabb, erőteljesebb fájdalom- és gyulladáscsökkentő hatásra képes az emberi szervezetben, mint egy nátrium-diklofenák hatóanyag tartalmú készítmény.
87. Az eljárás alá vont vállalkozás hivatkozott arra, hogy az OGYI 2009. januári állásfoglalását követően változtatott a televíziós reklám szövegén és képi megjelenítésén, ami a szövegben a „hiszen” szó, az illusztráción a pirosság változásának elhagyását jelentette. Az OGYI által (is) kifogásolttal azonos képi megjelenítés 2009 februárjától már csak egy júniusi reklámfilmben (a vizsgált 4. változatban) jelent meg, az eljárás alá vont állítása szerint a reklámügynökség hibájából. A televíziós reklám 3. változatában fehér pontok jelzik a Fastum gél és a Na-diclofenac készítmény felszívódását, amely a Fastum géllal kezelt területen gyorsabb és nagyobb mértékű is, ami a „*csaknem 4X több szívódik fel*” felirat alkalmazásával számszerűen is

megjelenítésre kerül, a fájdalmat, gyulladást jelképező pirosság azonban azonos módon változik a hát két felén. Mindez a Versenytanács értékelése szerint azt az üzenetet közvetíti a fogyasztó számára, hogy a Fastum gél, a benne alkalmazott hatóanyagoknak köszönhetően, egy Na-diclofenac tartalmú lokális fájdalom- és gyulladáscsökkentő készítményhez viszonyítva gyorsabban és nagyobb mértékben szívódik fel. A reklámfilmben a Fastum gél hatóanyagának jobb felszívódására, illetve hatékony fájdalomcsillapító képességére vonatkozó kijelentések szövegesen vagy képi megjelenítéssel nem kerülnek összekapcsolásra, ily módon a Fastum gél hatóanyagának jobb felszívódására, illetve hatékony fájdalomcsillapító képességére utaló reklámüzenetet hordoznak a fogyasztó számára.

88. Megjegyzi a Versenytanács, hogy a Vincent-kutatásra történő hivatkozás, mint apróbetűs kiegészítő információ, a reklámhordozó jellege folytán, ténylegesen a reklámfilmek egyike esetében sem válhatott a fogyasztók által fogott – érzékelhető, és így általuk értékelt – üzenet részévé.
89. Az online hirdetésekben és a vásárláshelyi reklámanyagokban a Fastum gél – más hatóanyagú készítményekkel szembeni – felszívódási képessége és hatékonysága szövegszerűen a következő állításokkal került említésre:
- „*Hatékonyan csillapítja a fájdalmat. A Fastum hatóanyagából 3,8X több szívódik fel, mint a vizsgált Na-diclofenac készítményből.*” (online hirdetés 1. változat)
 - „*Sportbaleset érte? Fáj a háta, dereka? Sok diclofenac tartalmú készítmény ígér enyhülést erre... Válasszon mást, amiből csaknem 4X több hatóanyag szívódik fel!*” (online hirdetés 2. és 3. változat)
 - „*Miért hatékony? Mert hatóanyagából csaknem 4X több szívódik fel, mint a Na-diclofenac készítményekből.*” (online hirdetés 4. változat, vásárláshelyi reklámanyag 5., 6., 7., 10. változat)
 - „*A vizsgálatok szerint a gél összetételének / állagának és ketoprofen hatóanyagának köszönhetően felszívódása gyorsabb és nagyobb mértékű több más hasonló készítményhez hasonlítva.*” (online hirdetés 5. változat / vásárláshelyi reklámanyag 2. változat)
 - „*Hatékony fájdalomcsillapítás. A Fastum gél hatóanyagából csaknem 4X több szívódik fel a bőrön keresztül, mint a vizsgált Na-diclofenac készítményből.*” (vásárláshelyi reklámanyag 1., 3., 8. változat)
 - „*Vizsgálat bizonyítja, hogy a Fastum gélből a hatóanyag felszívódása gyorsabb és nagyobb mértékű, mint más hasonló készítményeknél. Ez magának a ketoprofen hatóanyagának, illetve a gél vivőanyagának köszönhető.*” (vásárláshelyi reklámanyag 4. változat)
 - „*Miért hatékony? A Fastum gél gyorsabban és nagyobb mértékben szívódik fel, mint számos más készítmény. A Fastum gél gyors és erőteljes hatású helyi fájdalomcsillapító és gyulladásgátló gél, amely gyorsabban és nagyobb mértékben szívódik fel.*” (vásárláshelyi reklámanyag 9. változat)
90. Valamennyi online hirdetésben hivatkozásként szerepel a Vincent-kutatás („*A Fastum hatóanyagából 3,8X több szívódik fel, mint a vizsgált Na-diclofenac készítményből. Vincent et. Al. Arzheim-Forsch./Burg Res.49 (I), Nr. 6 (1999)*”), csillaggal jelölve a hatóanyag négyszeres felszívódására vonatkozó állításhoz kapcsolódóan. A vásárláshelyi reklámanyagokban a Vincent-kutatásra történő hivatkozás a 2., 4. és 7. változaton szerepel, a 7. változat esetében azt is megjelölve, hogy a kutatás ex vivo vizsgálat volt.

91. Ezen túlmenően, az online hirdetés 4. változatában, valamint a vásárláshelyi reklámanyagok 3., 5., 6., 7., 8. és 10. változataiban egy ábra is látható, amely – a televíziós reklámhoz hasonló – illusztrációt tartalmaz egy emberi hátról. A hát egyik felét Fastum géllal, a másik felét nátrium-diklofenák készítménnyel kezelik, a képen nagyobb számú fehér pont mutatja a Fastum gél jobb felszívódását, illetve jóval pirosabb a hát nátrium-diklofenák készítménnyel kezelt része. A Fastum géllal kezelt résszel kapcsolatban olvasható a „*csaknem 4X több szívódik fel*” felirat. Az online hirdetés 4. és 5. változatában, valamint a vásárláshelyi reklámanyagok 9. változatában szerepel továbbá egy grafikon, amely a Fastum gél, a nátrium-diklofenák, a piroxicam, a diclofenac epolamin és a nifluminsav felszívódását (diffúziós hatékonyságát) mutatja be, százalékos mértékben, a Vincent-kutatásra hivatkozva. A grafikon elnevezése: „*A Fastum gél felszívódása a leggyorsabb és a legnagyobb mértékű (emberi bőrön keresztül.)*”.
92. A Versenytanács az online hirdetéseket és a vásárláshelyi reklámanyagokat vizsgálva úgy értékelte, hogy a televíziós reklámhoz hasonló – jelen esetben statikusan megjelenő – illusztráció, az ott már kifejtettekkel egyezően, önmagában is azt az üzenetet közvetíti a fogyasztó számára, hogy a Fastum gél használata esetén, hatóanyagának jobb felszívódása következtében, gyorsabb, erőteljesebb fájdalom- és gyulladáscsökkentő hatásra képes az emberi szervezetben, mint egy nátrium-diklofenák hatóanyag tartalmú készítmény. Az illusztráció üzenetét csak tovább erősíti a hozzá kapcsolt, a termék hatékony fájdalomcsillapító hatására vonatkozó állítás, akár egyszerű kijelentésként, akár a „*Miért hatékony?*” kérdéssel jelenik meg. Ezért a Versenytanács értékelése szerint az online hirdetés 4. változatában, valamint a vásárláshelyi reklámanyagok 3., 5., 6., 7., 8., és 10. változatai a fogyasztó számára – reklámígéretként – a Fastum gélnak a nátrium-diklofenák hatóanyag tartalmú készítményekhez viszonyított hatékonyabb fájdalom- és gyulladáscsökkentő hatását sugallják.
93. A vásárláshelyi reklámanyag 9. változatában a „*Miért hatékony?*” kérdéssel az eljárás alá vont magának a Fastum gélnak (más reklámoktól eltérően, amelyekben ez az állítás a hatóanyagra vonatkozóan jelenik meg) a jobb, azaz gyorsabb, nagyobb mértékű felszívódásával magyarázza a termék hatékonyságát. A jobb felszívódást „*számos más készítményhez*” viszonyítva állítja, amelyhez kapcsolódik egy grafikon a Fastum gél és négy (másik) nem-szteroid gyulladásgátló szer felszívódási képességének összevetéséről. A Versenytanács értékelése szerint, függetlenül attól, hogy az illusztrációt ez a reklámanyag nem tartalmazza, szövegesen a Fastum gél jobb felszívódási képességével összefüggő nagyobb hatékonyságára utaló üzenetet hordoz.
94. Az online hirdetés 1. változata és a vásárláshelyi reklámanyag 1. változata a Fastum gél hatékony fájdalomcsillapító hatására és hatóanyagának – a vizsgált nátrium-diklofenák készítményhez viszonyított – jobb felszívódására vonatkozó kijelentéseket tartalmaz, a két kijelentés szövegesen vagy képi megjelenítéssel nem kerül összekapcsolásra, ezért a Versenytanács értékelése szerint ezek a reklámok a Fastum gél hatóanyagának jobb felszívódására, illetve hatékony fájdalomcsillapító képességére utaló reklámüzenetet hordoznak a fogyasztó számára, azonban megfogalmazással vagy egyéb módon a Fastum gél jobb felszívódási képességével összefüggő, a fájdalom- és gyulladáscsökkentés terén fennálló nagyobb hatékonyságát nem sugallják.
95. Az online hirdetés 2. és 3. változata szintén nem kapcsolja össze közvetlenül a felszívódási képességet és a hatékonyságot, azonban megfogalmazásával azt sugallja, hogy a nátrium-diklofenák tartalmú készítmények helyett érdemes a gyógyulás érdekében a Fastum gél mellett dönteni, amit a nagyobb felszívódási képességgel is magyaráz, ezáltal arra utalva, hogy a felszívódási képesség és a fájdalom- és gyulladáscsökkentő hatékonyság összefügg. Ezért ezek a reklámok a fogyasztóban azt a

képzetet kelthetik, hogy pusztán a ketoprofen hatóanyag nagyobb felszívódási képességéből fakadóan a Fastum gél hatékonyabb fájdalomcsillapító készítmény, mint a nátrium-diklofenákot tartalmazó termékek, segítségével hatékonyabban érhető el a fájdalom enyhülése.

96. Az online hirdetés 5. változata, valamint a vásárláshelyi reklámanyagok 2. és 4. változatai a Fastum gél több más hasonló készítményhez viszonyított gyorsabb és nagyobb mértékű felszívódására vonatkozó állítást fogalmazzak meg, amelyet a ketoprofen hatóanyaggal és a gél összetételével (állagával, vivőanyagával) magyaráznak. Mindhárom kommunikációs eszköz esetében az állításhoz kapcsolódóan megjelenítik a Fastum gél és négy másik nem-szteroid gyulladásgátló szer felszívódási képességét összevető grafikonot. Mindez a Versenytanács értékelése szerint azt az üzenetet közvetíti a fogyasztó számára, hogy a Fastum gél összetételének, valamint a benne alkalmazott hatóanyagnak köszönhetően más lokális fájdalom- és gyulladáscsökkentő készítményeknél gyorsabban és nagyobb mértékben szívódik fel, azonban sem a megfogalmazás, sem képi vagy egyéb megjelenítés a Fastum gél jobb felszívódási képességével összefüggő, a fájdalom- és gyulladáscsökkentés terén fennálló nagyobb hatékonyságára utaló üzenetet nem hordoz.
97. Azon reklámok, amelyek a Fastum gél felszívódási képességét, illetve hatékony fájdalom- és gyulladáscsökkentő hatását „több / számos más hasonló készítményhez” viszonyítják, forrásként a Vincent-kutatást megjelölve, szövegesen kisebb betűvel, csillagozva, illetve grafikonon jelzik, hogy „a Fastum gél felszívódását emberi bőrön piroxicammal, nifluminsavval, diclofenac Na-val és diclofenac epolaminnal hasonlították össze”, vagyis hogy a „más hasonló készítmény” mely konkrét hatóanyagokat (pontosabban: az ilyen hatóanyagú készítményeket) takarja. Függetlenül attól, hogy a viszonyításként szereplő hatóanyagok megnevezése a főüzenethez képest kisebb betűmérettel és kevésbé hangsúlyosan elhelyezve kerül megjelenítésre, a Versenytanács úgy értékeli, hogy a szóban forgó kommunikációs eszközök jellege lehetővé teszi a fogyasztó számára, hogy befogadja a reklám eltérő módon kiemelt elemeit, így a reklámokban a fogyasztó számára észlelhető módon megjelent az a kiegészítő információ, hogy eljárás alá vont mely hatóanyag-tartalmú készítményeket érti a „más hasonló” fordulat alatt.
98. A Versenytanács szerint a vizsgált reklámokban a „hatékonyság” szó üzenete a fogyasztó számára a fájdalomcsillapítás, gyulladáscsökkentés hatásossága, vagyis a terápiás hatásossággal összefüggésben jelenik meg, mivel a reklámok egyfelől a „hatékonyságot” szövegesen is a fájdalomcsillapítás jelzőjeként használják, másfelől az egyes kommunikációs eszközökön látható illusztráció is a fájdalom, gyulladás kisebb-nagyobb voltát szemlélteti a Fastum géllal, illetve nátrium-diklofenák készítménnyel történő kezelés esetén. A képi megjelenítés terápiás hatékonysággal összefüggő értelmezését támasztja alá az OGYI – az eljárás alá vont kérésére, még a versenyfelügyeleti eljárás megindítását megelőzően – beszerzett állásfoglalása is, miszerint „a reklámfilm szövege és az animáció azonban félrevezető módon hatásbeli különbséget sugall, az ábrán a Fastum géllal kezelt oldal meggyógyul, a gyulladást, fájdalmat szemléltető pirosság fokozatosan elhalványodik, míg a diclofenac-Na készítménnyel kezelt oldal lobos marad”.³³
99. A Versenytanács figyelemmel volt arra is, hogy a készítmény népszerűsítésére alkalmazott kereskedelmi kommunikációnak a különböző kommunikációs eszközök révén – széles körben – közvetített egyes elemei a vizsgált időszakban (közel egy éves időtartamon keresztül) folyamatosan, illetve egymással párhuzamosan jelen voltak, így a fogyasztók az egyes kommunikációs eszközökön megjelenő üzenetet nem feltétlenül

³³ Vj-115-027/2009. számú irat 1. sz. melléklet

önmagukban, hanem az azok révén szerzett együttes benyomásuk alapján értelmezték. Ezért olyan esetben, amikor az adott kommunikációs eszköz közvetlenül nem is tartalmazta például a felszívódási képesség és a hatékonyság szöveges, illetve képi összekapcsolását, sem zárható ki, hogy az egyidejűleg elérhető, vagy akár korábban látott, ilyen tartalmat hordozó kommunikációval találkozó fogyasztóban a készítmény nagyobb hatékonyságát is sugalló kép alakult ki.

100. Az Fttv. 14. §-ára figyelemmel, a kereskedelmi gyakorlat (reklám) részét képező tényállítás valóságát az eljárás alá vont köteles igazolni. Egy egészségre ható termékre vonatkozó állításnak tudományosan elfogadott – gyógyszer esetében klinikai – vizsgálaton kell alapulnia és az annak során igazolt megállapításokhoz igazodnia. A fenti reklámállítások alapjaként az eljárás alá vont a Vincent-kutatás eredményeit jelölte meg. Ezért a Versenytanácsnak ezt követően abban kellett állást foglalnia, hogy a hivatkozott kutatás alátámasztja-e a kereskedelmi kommunikációban foglalt üzeneteket, így azt, hogy
- a Fastum gél hatóanyaga, a ketoprofen, illetve maga a Fastum gél négyszer jobb felszívódási képességgel bír, mint a nátrium-diklofenák, a piroxicam, a nifluminsav és a diclofenac epolamin hatóanyag-tartalmú készítmények, és hogy
 - a ketoprofen jobb felszívódási képességének köszönhetően a Fastum gél egyben a fájdalom- és gyulladáscsökkentés terén is nagyobb hatékonysággal rendelkezik.
101. A Vincent-kutatás során, a becsatolt publikáció szerint, öt nem-szteroid gyulladásgátló gyógyszer műtét során eltávolított emberi bőrön keresztül történő felszívódását értékelték standardizált kísérleti körülmények között. A kapott eredmények azt mutatták, hogy gyógyszerleadási hatékonyságát (diffúziós kapacitását) tekintve, ezen körülmények között, a gél formulációjú ketoprofen bőrön keresztüli felszívódása szignifikánsan nagyobb mértékű volt, mint a többi vizsgált nem-szteroid gyulladásgátló gyógyszeré (gél formulációjú piroxicam, nifluminsav, diclofenac epolamin, valamint emulgél formulációjú diclofenac-nátrium).
102. A Versenytanács szerint megállapítható, hogy a kommunikációban foglalt állításokat nem megfelelően támasztja alá a Vincent-kutatás, annak eredményein a vizsgált állítások túlléptek.
103. Egyrészt, a Vincent-kutatás a felszívódást nem in vivo, hanem in vitro körülmények között mérte, vagyis a vizsgálatot nem élőszervezeten, hanem standardizált kísérleti körülmények között, preparátumon végezték. Az eljárás alá vont vállalkozás a vizsgálat során nem nyújtott be arra vonatkozó bizonyítékot, hogy az egyes hatóanyagok felszívódása az emberi szervezetben is így alakul. Azt a kitélt, hogy a más hatóanyagokhoz viszonyított jobb felszívódási képességre vonatkozó kutatási eredmény in vitro körülmények között igazolt, a kommunikációs eszközök többsége az erről szóló állításhoz kapcsolódóan nem tünteti fel (kivételt képez a vásárláshelyi reklámanyag 1., 3., 7., 8, 10. változatai, ahol apróbetűben szerepel, hogy „*ex vivo vizsgálatban*”). Az eljárás alá vont ugyanakkor a kommunikációs eszközök jelentős részén³⁴ alkalmazott vizuális ábrákon egy emberi hát rajzát jeleníti meg a „*4X több szívódik fel*” felirattal, ami éppen azt sugallja, hogy az emberi szervezetben is az adott mértékű felszívódás következik be, mégpedig a hivatkozott kutatás által bizonyított módon. A szóban forgó ábrát egyebekben – egy kivétellel – az „*ex vivo vizsgálat*” tényét feltüntető vásárláshelyi reklámanyagok is tartalmazzák, amely az apróbetűvel elhelyezett, latin nyelvű feliratnál hangsúlyosabban jelenik meg a fogyasztó felé és alakítja ki azt a képet, hogy a különböző hatóanyagok felszívódása az élőszervezetben az illusztrált módon

³⁴ A televíziós reklám 1., 2., 3. és 4. változatai, az online hirdetés 4. változata, valamint a vásárláshelyi reklámanyagok 3., 5., 6., 7., 8. és 10. változatai.

jelentkeznek. Vélhetően ugyanakkor azon kommunikációs eszközök esetében, amelyek nem szerepeltetnek a készítmény felszívódását emberi háton bemutató illusztrációt, sem él a fogyasztó azzal a feltételezéssel, hogy egy emberi alkalmazásra szánt gyógyszer esetében nem élő szervezeten kipróbált hatást jelenítenek meg, ha azt a reklám kifejezetten nem tünteti fel.

104. Az eljárás alá vont az előzetes álláspontra benyújtott beadványában hivatkozott arra, hogy a felszívódás tekintetében – a felhám felépítése és a felszívódási folyamat sajátosságai folytán – a frissen kivett emberi bőrminta (felhám) és az élő szervezetben található bőr (felhám) azonosan viselkedik, és a felszívódási mértékek egymáshoz viszonyított arányában semmiképp nem várható jelentősebb eltérés a preparátumon és az élő szervezetben történő alkalmazás esetén. Ennek kapcsán a Versenytanács előrebocsátja, hogy sem a Vincent-kutatás körülményeit, sem annak következtetéseit nem kifogásolja, a versenyfelügyeleti eljárás a kutatás eredményeire alapítottan megfogalmazott kereskedelmi kommunikáció vizsgálatára terjed ki (és a Versenytanács is e körben tesz megállapításokat). Amellett, hogy egyes, jellemzően a részletesebb tájékoztatást tartalmazó kommunikációs eszközökön maga az eljárás alá vont is szükségesnek tartotta feltüntetni, hogy a kutatás megállapításai „*ex vivo vizsgálatban*” születtek, a Vincent-kutatásról készült publikáció is utal arra, hogy egy hatóanyag felszívódásának sebessége és mennyisége több farmakokinetikai tényezőtől, köztük biológiai tényezőktől (mely anatómiai területen történik az alkalmazás, a bőr integritása, alkalmazás körülményei) is függ. Hasonlóan, az OGYI véleménye alapján adott lokális fájdalomcsillapító és gyulladáscsökkentő készítmények hatása közötti feltételezett különbség alátámasztására ún. kemény végpontú – vagyis a gyakorló orvos számára jól definiálható kimenetű, a betegség valamely fontos végállapotát leíró – klinikai vizsgálat elvégzése szükséges, ezért a Versenytanács nem tartja elfogadhatónak az eljárás alá vont azon védekezését, miszerint jelen esetben a készítmény sajátosságaira, illetve a terápiás területre tekintettel a kemény végpontú vizsgálat gyakorlatilag értelmezhetetlen. Fenntartva, hogy az élő szervezeten és a kísérleti körülmények között történő alkalmazás egybeesése nem tekinthető igazoltnak, megjegyzi a Versenytanács, hogy amennyiben az eljárás alá vont hivatkozása megalapozott is lenne, az alábbiakban részletezettek szerint a reklámállításokban a felszívódás megjelenítése egyéb okból is túllépett a kutatás alapján adódó kereteken.
105. Másrészt, a Vincent-kutatás megállapításai a gél formulációjú ketoprofen (amely egyebekben megegyezett a Magyarországon Fastum gél néven forgalmazott termékkel), valamint a szintén gél formulációjú diclofenac epolamin, piroxamin és nifluminsav, illetve az emulgél formulációjú diclofenac-nátrium (utóbbi négy esetében a vizsgálat során konkrétan felhasznált termékek nem ismertek) emberi bőrben tapasztalható biohasznosulására vonatkoznak. Mint azt az erről szóló publikáció tartalmazza, a kutatás az öt nem-szteroid gyulladásgátló szer emberi bőrön keresztül történő in vitro felszívódásának értékelése mellett „*a különböző formulációk gyógyszerleadó rendszerként történő összehasonlítását*” célozta. Ennek jelentősége, hogy „*a cutan penetráció és abszorpció mértéke több farmakokinetikai tényezőtől függ. Ezek közé tartozik a hatóanyag koncentrációja a formulációban, a formuláció fizikémiai tulajdonságai, valamint biológiai tényezők*”. Így a hatóanyag-tartalom nem vitatottan lényeges, de nem az egyetlen tényező az egyes készítmények felszívódása, gyógyszerleadási hatékonysága szempontjából, illetve ugyanazon hatóanyag felszívódása más-más vivőanyag (formuláció) alkalmazása esetén más-más hatékonysággal jelentkezhet. Az eljárásban vizsgált reklámok ugyanakkor a Fastum gél, illetve hatóanyaga jobb felszívódási képességét általában valamennyi nátrium-diklofenák, illetve piroxicam, diclofenac epolamin és nifluminsav hatóanyag-tartalmú készítményre vonatkoztatták, azok egyéb tulajdonságaitól (elsősorban vivőanyagától)

függetlenül. A Magyarországon forgalomba hozatali engedéllyel rendelkező nátrium-diklofenák, illetve piroxicam és diclofenac epolamin hatóanyagú készítmények vivőanyaga gél, illetve krém³⁵, ami a nátrium-diklofenák és piroxicam készítményeket illetően eltér azok kutatásban vizsgált formulációjától. Ezen túlmenően, egyes kommunikációs eszközök³⁶ a termék összetételét (állagát, vivőanyagát) is a gyorsabb és nagyobb mértékű felszívódást magyarázó tulajdonságként mutatják be, amely következtetést – ilyen összefüggésben – a Vincent-kutatás nem alapozza meg.

106. Harmadrészt, a Vincent-kutatás azon megállapításából, hogy a Fastum gél gyorsabban és nagyobb mértékben szívódott fel in vitro körülmények között az emberi bőrön keresztül, mint egyes vizsgált más hatóanyag-tartalmú készítmények, még nem következik a terméknek a fájdalom- és gyulladáscsökkentés terén fennálló nagyobb hatékonysága. Ezt az álláspontot erősíti az OGYI belföldi jogsegély keretében tett nyilatkozata, miszerint „*A preparátumon, in vitro laboratóriumi körülmények között mért penetráció sebességének nagyságából nem következik azonban, hogy az emberi szervezetben, a szervekben a gyulladás, a fájdalom hasonló mértékben változik. Nem állítható, hogy a penetráció sebessége és a célszervekben jelentkező fájdalomcsillapító, gyulladáscsökkentő hatás között egyenes arányosság van. A két készítmény hatása közötti feltételezett különbség alátámasztására ugyanis ún. kemény végpontú – vagyis a gyakorló orvos számára jól definiálható kimenetű, a betegség valamely fontos végállapotát leíró – klinikai vizsgálat szükséges.*” Ez következik egyebekben a kutatási publikáció azon megállapításából is, hogy egy készítménynek, illetve hatóanyagának az emberi szervezetben való hasznosulása „*több farmakokinetikai tényezőtől függ*”.
107. A fentiek szerint kifogásolt reklámok egyes változataiban a Fastum gél felszívódási képessége és ebből fakadó nagyobb hatékonysága a nifluminsav tartalmú készítményekkel is összevetésre került. A Versenytanács ebben a vonatkozásban is irányadónak tartja, hogy a kommunikációs eszközök a fogyasztó megtévesztésére alkalmas állításokat tartalmaznak a szóban forgó termékek lényeges jellemzője tekintetében. Nifluminsav hatóanyagú készítmények ugyanakkor Magyarországon nem érhetőek el. Tekintettel arra, hogy az átlagfogyasztó jellemzően Magyarországon (sőt lakóhelye, tartózkodási helye közelében) szerzi be a számára szükséges gyógyszereket, a Versenytanács álláspontja szerint a nifluminsav hatóanyag-tartalmú készítmények vonatkozásában a kereskedelmi kommunikáció a termékek közötti választás során nem készítheti a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára, amelyet egyébként nem hozott volna meg. Ezért ebben a vonatkozásban nem állapítható meg, hogy az adott kereskedelmi gyakorlat alkalmas lenne arra, hogy megvalósítsa az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdését, és ezáltal megsértse az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében foglaltakat.

VIII.3.2. A Superbrands 2008 díjjal kapcsolatos állítások

108. A televíziós reklám egyik változata, egy online hirdetés és több vásárláshelyi reklámanyag utalást tartalmazott a Fastum márka által elnyert Superbrands díjra.
109. A Fastum gél 2008-ban részesült Superbrands díjazásban, és a díj magyarországi odaítélésének szervezését végző Printxbudavár Zrt.-vel kötött szerződés alapján márkakommunikációjában 2009. július 31-ig jogosulttá vált a Superbrands 2008-as logó használatára.
110. A Superbrands díjról marketing és média szakemberekből álló szakmai bizottság dönt. A bizottság a márkát / terméket kifejezetten marketing szempontból értékeli, annak összetételét, alapanyagát, hatékonyságát stb. nem vizsgálva.

³⁵ Lásd a határozat 11. pontját.

³⁶ Online hirdetés 5. változat, vásárláshelyi reklámanyag 2. és 4. változat

111. A televíziós reklám 1. változatában a díjazás ténye olyan szöveggörnyezetben hangzik el, amely összekapcsolja a Fastum gél hatékonyságát és az elnyert Superbrands címet:
- „Hátfájás? Izomhúzódás? A Fastum gél hatékonyan csillapítja a fájdalmat, hiszen hatóanyagából csaknem 4X több szívódik fel, mint a Na-diklofenák készítményekből. Így nem meglepő, hogy a Fastum márka elnyerte a Superbrands címet.”*
112. Az eljárás alá vont védekezése szerint a Superbrands díj Magyarországon ismert, ezért a fogyasztók számára egyértelmű, hogy a termék hatásossága és az elismerés között legfeljebb közvetett kapcsolat van, ily módon a reklámüzenetben történő összekapcsolásuk nem lehet megtévesztő a fogyasztó számára. Az eljárás alá vont álláspontja szerint nyilvánvaló ugyanakkor az is, hogy egy gyógyszer-készítmény esetében a fogyasztói elvárásokat és a fogyasztói elismerést, amelyet a Superbrands díjazás képvisel, befolyásolja a termék hatékonysága, így a közvetett összefüggés a hatékonyság és a díj között mindenképpen fennáll. Később az eljárás alá vont a Versenytanács előzetes álláspontjára tett észrevételeiben, valamint a tárgyaláson kifejtett nyilatkozatában maga is elismerte, hogy a fenti reklámnak lehet olyan értelmezése, miszerint a Fastum gél a Superbrands 2008 díjat a termék hatékonyságára is tekintettel nyerte el, ami a fogyasztók számára félreérthető lehetett.
113. A Versenytanács értékelése szerint az „így nem meglepő” fordulat alkalmazásával az eljárás alá vont ok-okozati kapcsolatot teremtett a Fastum gél hatékonyságára és díjazására vonatkozó állítások között. Ugyanakkor, mint azt a Printxbudavár Zrt. nyilatkozata és az eljárás alá vont által hivatkozott Superbrands tájékoztató füzet is megerősíti, a díj odaítélése kifejezetten marketing szempontú értékelés alapján történik, amelyet a marketing és média szakma, valamint a tudományos élet képviselőiből álló szakmai bizottság végez el. A díjazás a termék / márka marketing szempontból képviselt értékét jeleníti meg, és nincs összefüggésben a termék – különösen más termékekhez viszonyított – hatékonyságával.
114. Ebben a vonatkozásban is megjegyzi a Versenytanács, hogy valamely tájékoztatás tartalmának megállapításánál nem az azt közzétevő vállalkozás célja vagy olvasata az irányadó, hanem a fogyasztók által ténylegesen fogható üzenet. A televíziós reklámban elhangzó állításokat az eljárás alá vont oly módon fogalmazta meg, hogy összekapcsolta a Fastum gél hatékony fájdalomcsillapító képességére és hatóanyagának más készítményeknél jobb felszívódására, valamint a Superbrands cím megszerzésére vonatkozó kijelentéseket, ami a fogyasztó számára azt az üzenetet hordozza, hogy az eljárás alá vont terméke az elismerést ezen tulajdonságaira tekintettel nyerte el.
115. Még abban az esetben, ha a fogyasztók széles köre számára a Superbrands díj odaítélésének szempontjai valóban ismertek is lennének, sem hivatkozhat alappal az eljárás alá vont arra, hogy a fogyasztóknak ezen háttérismeret birtokában a reklámban szereplő állítást a megfogalmazástól eltérően kellene érteniük, mint ahogy még az ésszerűen eljáró fogyasztótól sem várható el, hogy a termék hatékonysága és a Superbrands elismerés kapcsolatára vonatkozó állítás valóságtartalmában, helytállóságában eleve kételkedjen, illetve azt maga ellenőrizze. A vállalkozásoknak a fogyasztók irányában tanúsított kereskedelmi gyakorlatával szemben az Fttv. (mint ahogy korábban a Tpvt.) rendelkezései alapján általános követelményként fogalmazódik meg, hogy a közzétett tájékoztatás önmagában (minden további információ ismerete vagy megismerése nélkül) tisztességes, s így igaz, pontos és valós legyen. Megjegyzi továbbá a Versenytanács, hogy amennyiben a két állítás között összefüggés az eljárás alá vont által elismerten is legfeljebb közvetett módon áll fenn, a reklám megfogalmazásakor nem feltételezhető alappal, hogy azok kifejezett összekapcsolása e követelménynek megfeleljen.

116. A Superbrands 2008 elismerés olyan módon való megjelenítése a reklámban, miszerint a termék azt hatékony fájdalomcsillapító képességével összefüggésben nyerte el, alkalmas arra, hogy a fogyasztót a Fastum gél, mint egészségre ható készítmény hatékonysága (egészségre gyakorolt hatása) tekintetében megtevéssze, és a termék díjazással elismertnek vélt hatékonysága a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készítheti, amelyet egyébként nem hozott volna meg. Ezért a Versenytanács a Superbrands 2008 díj elnyerése és a termék hatásossága közötti összefüggést megjelenítő kereskedelmi gyakorlatot a fogyasztók megtevéstésére alkalmasnak találta.
117. A vizsgált további reklámanyagok (online hirdetés és vásárláshelyi reklámanyagok) szövegesen a „Superbrands 2008” megjelölés vagy a logó feltüntetésével hivatkoznak a díj elnyerésére, illetve egyes vásárláshelyi reklámanyagok a díj elnyerésének ténye mellett a díjazottak kiválasztásának módjára („*A Superbrands címet egy független szakértői bizottság adományozza az általa kiemelkedőnek, elismertnek ítélt márkáknak.*”) tartalmaznak utalást. A Versenytanács értékelése szerint a Superbrands 2008 díj elnyerésének ily módon történő, valós és tényszerű megjelenítése az eljárás alá vont reklámjaiban nem kifogásolható.

VIII.4. Az eljárás alá vont kötelezettségvállalása

118. Az eljárás alá vont az előzetes álláspont kézhezvételét követően kötelezettségvállalást terjesztett elő, azonban a Versenytanács az eljárás kötelezettségvállalásra tekintettel történő megszüntetésére nem látott lehetőséget. A Versenytanácsnak a kötelezettségvállalást nem állt módjában elfogadni, mert azt nem értékelte olyannak, amely a jogsértés tekintetében teljesíti a Tptv. 75. §-ában és az Fttv. 27. §-a (3) bekezdésében foglaltakat. A Versenytanács jelen ügyben a közérdek védelmét a jogsértés megállapítása és szankció alkalmazása révén látja biztosítotttnak.
119. A Tptv. 75. §-a szerinti kötelezettségvállalás befogadása a GVH mérlegelési jogkörébe tartozik, s mint azt a bírói gyakorlat is megerősíti, a GVH-nak akkor sincsen törvényi kötelezettsége e jogszabályhely alkalmazására, ha a vonatkozó kötelezettségvállalást az ügyfél megteszi.³⁷

VIII.5. Az eljárás alá vont felelőssége

120. Az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése szerint a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll. Mivel a Fastum gél népszerűsítéséből származó nettó árbevétel közvetlenül a termék magyarországi forgalmazását végző Berlin-Chemie/A. Menarini Kft.-nél jelentkezett, az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése alapján a felelőssége megállapítható.
121. Megjegyzi a Versenytanács, hogy az eljárás alá vont felelősségét a reklámügynökség hibájára, tévedésére történő hivatkozás nem érinti (a televíziós reklám 4. változatának 2009. júniusi sugárzása kapcsán), az eljárás alá vont reklámfilmjeinek adásba helyezésével megbízott reklámügynökség eljárása is az eljárás alá vont felelősségi körében értékelendő. Megjegyzi továbbá a Versenytanács, hogy a szóban forgó televíziós reklámfilm új változatként készült el (a 3. változat szerinti módosított szöveget, de az 1. és 2. változatokban korábban alkalmazott animációt tartalmazza), és 2,5 hétig volt látható, öt országos műsorszolgáltatónál, arra vonatkozóan pedig nem merült fel adat, hogy az eljárás alá vont intézkedett volna a nem megfelelő reklámfilm

³⁷ Lásd a Fővárosi Bíróság jogerős 2.K.30044/2008/18. számú ítéletét.

miatt. Ez utóbbi körülmény egyebekben a bírság kiszabása körében lenne figyelembe vehető.

VIII.6. Összegzés

122. A Versenytanács a Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján megállapítja, hogy az eljárás alá vont a 2008. november 1. és 2009. szeptember 16. közötti vizsgált időszakban a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor

- a) 2008. november 10. és 2009. szeptember 16. között televíziós reklámjaiban, online hirdetéseiben és vásárláshelyi reklámányaiban megtévesztésre alkalmas módon jelenítette meg, hogy a Fastum gél, illetve hatóanyaga, a ketoprofen – a nátrium-diklofenák, a piroxicam és a diclofenac epolamin hatóanyag-tartalmú készítményekhez viszonyítva – jobb felszívódási képességgel, és ennek következtében nagyobb fájdalom- és gyulladáscsökkentő hatékonysággal rendelkezik,
- b) 2008. november 10-től hat héten át sugárzott televíziós reklámjában megtévesztésre alkalmas módon jelenítette meg, hogy a Fastum márka hatékony fájdalomcsillapító képessége következtében nyerte el a Superbrands 2008 díjat,

ezzel megvalósította az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdésében foglaltakat, megsértve az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését.

VIII.7. Bírság

123. A jogsértés megállapítása mellett a Versenytanács a határozat 122. a) pontjában meghatározott magatartás miatt bírságot szabott ki az eljárás alá vonttal szemben a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése alapján, a bírság összegét a Tpv. 78. §-a (3) bekezdésének megfelelően meghatározva. A határozat 122. b) pontjában meghatározott jogsértés tekintetében a Versenytanács bírság kiszabását nem tartotta szükségesnek, tekintettel arra, hogy az eljárás alá vont a jogsértést elismerte, és a díjazás csak egy televíziós reklámban került feltüntetésre a Versenytanács által kifogásolt módon, az egyéb kommunikációs eszközökön való megjelenítése nem volt kifogásolható, illetve a jogsértés rövid ideig állt fenn.

124. A Versenytanács az eljárás alá vont által – a határozat 122. a) pontjában meghatározott magatartás miatt – fizetendő versenyfelügyeleti bírság összegét a jogsértő kommunikációs eszközök alkalmazása kapcsán felmerült költségeket³⁸ és az alább részletezett körülményeket mérlegelve 10.000.000 Ft-ban (azaz tízmillió forintban) határozta meg.

125. A Versenytanács a bírság összegének meghatározása körében súlyosító körülményként vette figyelembe, hogy a jogsértő kereskedelmi gyakorlat címzettjei az Fttv. 4. §-ának (2) bekezdése szerinti sérülékeny fogyasztói körbe tartozó fogyasztók, és a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru, gyógyszerként, az eljárás alá vont által is elismerten bizalmi terméknek minősül. Súlyosító körülményként értékelte továbbá a Versenytanács a kereskedelmi kommunikáció kiterjedtségét.

126. A Versenytanács a bírság összegének meghatározása körében, az eljárás alá vont jogsértéshez való viszonyulása kapcsán, jelentős enyhítő körülményként vette figyelembe, hogy az eljárás alá vont – ugyan a kereskedelmi kommunikáció közzétételét követően, és versenytársi jelzésre – az OGYI-hoz fordult állásfoglalás-

³⁸ Vj-115-002/2009. számú irat 7. és 8. sz. mellékletek

kéréssel a reklámfilmrel kapcsolatban, és az állásfoglalás kézhezvételét követően, legalábbis a televíziós reklám esetében, módosított azon szövegesen és képi megjelenésében is. További enyhítő körülményként vette figyelembe, hogy az eljárás alá vont a versenyfelügyeleti eljárás megindításával a vizsgált reklámok közzétételével felhagyott. Ezen tevőleges magatartások fényében, a szankciónak a további jogsértéstől való visszatartó ereje körében, a Versenytanács tekintettel volt arra is, hogy az eljárás alá vont a kötelezettségvállalásban foglaltak önkéntes megvalósításával kapcsolatban tett nyilatkozatával kifejezte a jövőbeni jogkövető magatartásra irányuló szándékát.

127. A Versenytanács szerint ugyanakkor a fent említett, a jogsértéshez való viszonyulás körében enyhítő körülményként figyelembe vett magatartások nem azonosíthatók az eljárás alá vont felróhatóságának hiányával, illetve nem tekinthetők olyan körülményeknek, amelyekből utóbb arra lehetne következtetni, hogy az eljárás alá vont a reklám kialakításakor nem felróhatóan járt el. Az eljárás alá vont a Vincent-jelentésre alapozva fogalmazta meg reklámállításait, amelynek korlátait szükségképpen maga is ismerte, és amelyre a tájékoztatás tartalmának megállapításánál tekintettel kellett (volna) lennie. A fogyasztók nem igaz, nem valós és nem pontos módon történő tájékoztatása az eljárás alá vontnak felróható³⁹, ily módon a jelentésben foglaltakon túlterjeszkedő állításra építő (sőt azt középpontba állító) reklámüzenet esetén a jóhiszeműsége történő hivatkozás nem megalapozott.
128. A Versenytanács nem tudta enyhítő körülményként figyelembe venni eljárás alá vont azon előadását, hogy a jogsértő magatartásnak – a becsatolt eladási adatok alapján – nem volt tényleges piaci hatása. A forgalmi adatok alakulása további tényezők függvénye is, illetve a becsatolt adatok a piaci hatás hiányát nem igazolják. Megjegyzi a Versenytanács azt is, hogy egy kereskedelmi gyakorlat jogsértőnek minősül azzal, ha a fogyasztói magatartás torzítására alkalmas, és az a körülmény, ha a magatartás tényleges piaci hatása – és ezzel a jogsértéssel elért előny – is igazolható, a jogsértés szankciójának meghatározásakor súlyosító tényezőnek tekinthető, azonban ennek hiánya a Versenytanács szerint a megtévesztésre alkalmas magatartás esetében a bírság csökkentését nem eredményezi, különösen olyan esetben, amikor az eljárás alá vont a piac jelentős szereplője.
129. Hasonlóan nem tartja relevánsnak a Versenytanács a fogyasztóknak okozott hátrány hiányára történő hivatkozást. A Versenytanács nem vitatja a készítmény, illetve hatóanyaga terápiás hatásosságát, ami azonban az összehasonlításban megjelenő, más gyógyszerkészítmények, illetve hatóanyaguk esetében is fennáll. A megtévesztésre alkalmas tájékoztatás közzététele a fogyasztók érdekeinek és a verseny tisztaságának sérelmével jár, különösen egy bizalmi termék esetében, és az, hogy a reklám hatására a terméket választó fogyasztók nem szenvedtek a jogsértéssel általában együtt járó jog- és érdeksérelemnél lényegesen nagyobb kárt vagy sérelmet, önmagában nem minősül enyhítő tényezőnek (míg a nagyobb mértékű káros következmények súlyosító körülményként értékelhetők⁴⁰).
130. A Versenytanács szerint nem helytálló az eljárás alá vont azon hivatkozása sem, hogy a vizsgált reklámok szövegszerűen nem állították a Fastum gél nagyobb hatékonyságát, csak a tájékoztatás összképe eredményezhetett ilyen üzenetet. Mint az a határozatnak a vizsgált kommunikációs eszközök értékelését tartalmazó VIII.3.1. pontjából megállapítható, azok többsége szövegszerűen is tartalmaz ilyen állítást, amelyet az esetleges képi megjelenítés csak tovább erősít.

³⁹ Lásd a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.057/2008/15. számú jogerős ítéletét.

⁴⁰ Lásd a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.057/2008/15. számú jogerős ítéletét.

131. A bírságot a határozat kézhezvételétől számított harminc napon belül kell megfizetni, függetlenül attól, hogy a határozattal szemben keresetet terjesztenek-e elő. A közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) 110. §-a (1) bekezdésének a) pontja szerint a keresetlevél benyújtásának a döntés végrehajtására nincs halasztó hatálya, az ügyfél azonban a keresetlevélben a döntés végrehajtásának felfüggesztését kérheti. A végrehajtást a kérelem elbírálásáig a Versenytanács nem foganatosíthatja.
132. A Ket. 138. §-ának (1) bekezdése szerint a pénzfizetési kötelezettségének határidőre eleget nem tevő késedelmi pótlékot köteles fizetni. A (3) bekezdés szerint a késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része. Ennek ellentételezéseként a Tpv. 83. §-ának (5) bekezdése úgy rendelkezik, hogy ha az eljáró versenytanács határozata jogszabályt sértett és ennek következtében az ügyfélnek igénye keletkezik a bírság visszatérítésére, a visszatérítendő összeg után a mindenkori jegybanki alapkamat kétszeres összegének megfelelő kamatot is meg kell téríteni.
133. A bírságnak a GVH 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételei számla javára történő befizetéskor a közlemény rovatban feltüntetendő
- az eljárás alá vont neve,
 - a versenyfelügyeleti eljárás száma,
 - a befizetés jogcíme (bírság).

IX. Egyéb kérdések

134. A GVH hatásköre az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdésén, illetékessége a Tpv. 46. §-án alapul. E rendelkezések értelmében a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.
135. Jelen ügyben a GVH hatásköre megállapítható, tekintettel arra, hogy
- az országos műsorszolgáltatást⁴¹ végző műsorszolgáltatókon (TV2, RTL Klub, MTV, Viasat 3, National Geographic, Hallmark, Film+) keresztül megvalósult tájékoztatások vonatkozásában az Fttv. 11. §-a (2) bekezdésének a) pontja értelmében,
 - az országosan terjesztett vásárláshelyi reklámanyagok vonatkozásában az Fttv. 11. §-a (2) bekezdésének d) pontja értelmében a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb tekintet nélkül fennáll, valamint
 - az interneten (a www.hazipatika.com és a www.50plusz.hu honlapokon) megjelent tájékoztatások esetében az eljárás alá vont vállalkozások által alkalmazott kommunikáció országos kiterjedtségére, mint a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára figyelemmel az Fttv. 11. §-a (1) bekezdésének a) pontja alapján a gazdasági verseny érdemi érintettsége fennáll.
136. Megjegyzi a Versenytanács, hogy amennyiben ugyanazon vállalkozás egységesen több kereskedelmi gyakorlatot (kommunikációs kampányt) alkalmaz, egy kereskedelmi

⁴¹ www.ortt.hu/nyilvantartasok

gyakorlatnak a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapítására való alkalmassága is megalapozza a GVH hatáskörét a teljes kommunikáció tekintetében. Ez a megközelítés összhangban van az Fttv. hatásköröket rendező szabályaival, amelyek nyilvánvalóan meg kívánták előzni azt a helyzetet, hogy egy kommunikációs kampány azonos tartalommal rendelkező egyes elemeit a GVH, másokat – esetlegesen a gazdasági verseny érdemi érintettsége megállapíthatóságának hiányában – a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság értékelje.

137. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpvt. 83. §-a biztosítja.

Budapest, 2010. április 6.

Bártfai-Mager Andrea
előadó versenytanács tag

dr. Gadó Gábor
versenytanács tag

dr. Szántó Tibor
versenytanács tag

1. számú melléklet

Kommunikációs eszköz	Vizsgált állítások
<i>A különböző hatóanyagú készítményekhez viszonyított hatékonyság</i>	
Televízió reklám, 1. változat	„Hátfájás? Izomhúzódás? A Fastum gél hatékonyan csillapítja a fájdalmat, hiszen hatóanyagából csaknem 4X több szívódik fel, mint a Na-diklofenak készítményekből.” + vizuális ábra Így nem meglepő, hogy a Fastum márka elnyerte a Superbrand címet.
Televízió reklám, 2. változat	„A Fastum gél hatékonyan csillapítja a fájdalmat, hiszen hatóanyagából csaknem 4X több szívódik fel, mint a Na-diklofenak készítményekből.” + vizuális ábra
Televízió reklám, 3. változat	„A Fastum gél a hátfájást és az ízületi fájdalmakat hatékonyan és gyorsan csillapítja. Hatóanyagából pedig csaknem 4X több szívódik fel a bőrön keresztül, mint a Na-diklofenak készítményekből.” + vizuális ábra
Televízió reklám, 4. változat	„A Fastum gél a hátfájást és az ízületi fájdalmakat hatékonyan és gyorsan csillapítja. Hatóanyagából pedig csaknem 4X több szívódik fel a bőrön keresztül, mint a vizsgált Na-diklofenak készítményből.” + vizuális ábra
Online hirdetés, 1. változat	Fastum gél Hatékonyan csillapítja a fájdalmat ... A Fastum hatóanyagából 3,8X több szívódik fel, mint a vizsgált Na-diclofenac készítményből. Vincent et. Al. Arzneim-Forsch./Burg Res.49 (I), Nr. 6 (1999)
Online hirdetés, 2. és 3. változat	„Sportbaleset érte? Fáj a háta, dereka? Sok dicofenac tartalmú készítmény ígér enyhülést erre.... Válasszon mást, amiből csaknem 4X több hatóanyag szívódik fel!”
Online hirdetés, 4. változat	„Miért hatékony? Mert hatóanyagából csaknem 4X több szívódik fel, mint a Na-diclofenac készítményekből.” + vizuális ábra + grafikon a Fastum gél felszívódásáról a nátrium-diklofenákkal, a piroxicam, a nifluminsavval és a diclofenac epolamin-nal összevetve , a címe: „A Fastum gél felszívódása a leggyorsabb és a legnagyobb mértékű”
Online hirdetés, 5. változat	A vizsgálatok szerint a gél összetételének, és ketoprofen hatóanyagának köszönhetően

	<p>felszívódása gyorsabb és nagyobb mértékű több más hasonló készítményhez hasonlítva – lásd az alábbi grafikont.</p> <p>A Fastum gél felszívódását emberi bőrön piroximammal, nifluminsavval, diclofenac Na-val és diclofenac epolaminnal hasonlították össze Vincent et al. <i>Arzneim_Forsch./Drug Res.</i>, 49 (I), Nr.6. (1999)</p>
Vásárláshelyi reklámanyag, 1. változat	<p>Hatékony fájdalomcsillapítás. A Fastum gél hatóanyagából csaknem 4X több szívódik fel a bőrön keresztül, mint a vizsgált Na-diclofenac készítményből.</p>
Vásárláshelyi reklámanyag, 2. változat	<p>Vizsgálatok szerint gél állagának és ketoprofen hatóanyagának köszönhetően felszívódása gyorsabb és nagyobb mértékű több más hasonló készítményhez hasonlítva...</p> <p>A Fastum gél felszívódását emberi bőrön piroximammal, nifluminsavval, diclofenac Na-val és diclofenac epolaminnal hasonlították össze Vincent et al. <i>Arzneim_Forsch./Drug Res.</i>, 49 (I), Nr.6. (1999)</p>
Vásárláshelyi reklámanyag, 3. változat	<p>Fastum gél Leküzd a fájdalmat Hatékony fájdalomcsillapítás. A Fastum gél hatóanyagából csaknem 4X több szívódik fel a bőrön keresztül, mint a vizsgált Na-diclofenac készítményből.</p> <p>+ vizuális ábra</p>
Vásárláshelyi reklámanyag, 4. változat	<p>Vizsgálat bizonyítja, hogy a Fastum gélből a hatóanyag felszívódása gyorsabb és nagyobb mértékű, mint más hasonló készítményeknél. Ez magának a ketoprofen hatóanyagának, illetve a gél vivőanyagának köszönhető. Nem hagy zsíros nyomot vagy filmréteget a bőrön.</p> <p>A Fastum gél felszívódását emberi bőrön piroximammal, nifluminsavval, diclofenac Na-val és diclofenac epolaminnal hasonlították össze Vincent et al. <i>Arzneim_Forsch./Drug Res.</i>, 49 (I), Nr.6. (1999)</p>
Vásárláshelyi reklámanyag, 5., 6. változat	<p>„Fastum gél Leküzd a fájdalmat.</p> <p>+ vizuális ábra</p> <p>Miért hatékony? Mert hatóanyagából csaknem 4X több szívódik fel, mint a Na-diclofenac készítményekből.”</p>
Vásárláshelyi reklámanyag, 7. változat	<p>„Miért hatékony? Mert hatóanyagából csaknem 4X több szívódik fel, mint a Na-diclofenac készítményekből.”</p>

	<p>+ vizuális ábra</p> <p>Ketoprofen tartalmú, vény nélkül kapható gyógyszer.</p> <p>A Fastum hatóanyagából 3,8-több szívódik fel, mint a vizsgált Na-diclofenac készítményből emberi bőrön keresztül, ex vivo vizsgálatban. Vincent et al, Azneim.-Forsch./Drug Res. 49(I), Nr. 6 (1999)</p>
Vásárláshelyi reklámanyag, 8. változat	<p>„Fastum gél Leküzdí a fájdalmat. Hatékony fájdalomcsillapítás. A Fastum gél hatóanyagából csaknem 4X több szívódik fel a bőrön keresztül, mint a Na-diclofenac készítményekből.”</p> <p>+ vizuális ábra</p>
Vásárláshelyi reklámanyag, 9. változat	<p>Miért hatékony? A Fastum gél gyorsabban és nagyobb mértékben szívódik fel, mint számos más készítmény! A Fastum gél Gyors és erőteljes hatású helyi fájdalomcsillapító és gyulladáscsökkentő gél, amely: - gyorsabban és nagyobb mértékben szívódik fel....</p> <p>+ grafikon a Fastum gél, a piroxicam, a nifluminsav, a diclofenac Na és a diclofenac epomin hatóanyagú készítmények felszívódásáról.)</p>
Vásárláshelyi reklámanyag, 10. változat	<p>„Fastum gél Leküzdí a fájdalmat.</p> <p>+ vizuális ábra</p> <p>Miért hatékony? Mert hatóanyagából csaknem 4X több szívódik fel, mint a Na-diclofenac készítményekből.”</p>
<i>A Superbrands 2008 díjra vonatkozó állítás</i>	
Televízió reklám, 1. változat	<p>„Hátfájás? Izomhúzódás? A Fastum gél hatékonyan csillapítja a fájdalmat, hiszen hatóanyagából csaknem 4X több szívódik fel, mint a Na-diclofenac készítményekből. Így nem meglepő, hogy a Fastum márka elnyerte a Superbrands címet.”</p>
Online hirdetés, 4. változat Vásárláshelyi reklámanyagok, 3., 7., 8., 9 változat	<p>„Superbrands 2008 A Superbrands címet egy független szakértői bizottság adományozza az általa kiemelkedőnek, elismertnek ítélt márkáknak. 2008-ban a Fastum márka elnyerte a Superbrands címet. Köszönjük a bizalmat.”</p>
Vásárláshelyi reklámanyagok, 6., 10. változat	<p>„Superbrands 2008”</p>

2. számú melléklet

Televíziós reklámok (Vj-115-002/2009. számú irat 3/a/(ii) számú melléklete)

1. változat (2008. november, 6 héten keresztül alkalmazták)

Hallható:

„Hátfájás? Izomhúzódás? A Fastum gél hatékonyan csillapítja a fájdalmat, hiszen hatóanyagából csaknem 4X több szívódik fel, mint a Na-diklofenák készítményekből. Így nem meglepő, hogy a Fastum márka elnyerte a Superbrands címet. A kockázatokról és a mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót, vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét.”

Látható:

- Egy férfi derekát kenik, illetve egy nő elesik futás közben. Ezek megjelenésekor a „hatékony” és a „gyors” feliratok olvashatók.
- Illusztrációként egy emberi hát rajza jelenik meg, amelynek egyik felét Fastum géllel, a másik felét nátrium-diklofenák készítménnyel kezelik. Fehér pontokkal jelzik a két készítmény felszívódását, amely a Fastum géllel kezelt részen gyorsabb, és ott több a fehér pont is. A képen erőteljesebb piros színnel jelölt a hát nátrium-diklofenák készítménnyel kezelt része, továbbá lassabban szűnik meg annak pirossága, mint a Fastum géllel kezelt területé. A Fastum géllel kezelt részen a „csaknem 4X több szívódik fel” közlés jelenik meg. Apró betűvel a Vincent-kutatást hivatkozzák ennek forrásaként:
„Vincent et al, Azneim.-Forsch./Drug Res. 49(I), Nr. 6 (1999)”
- További feliratok: „Superbrands 2008”; „Vény nélkül kapható ketoprofen hatóanyagú gyógyszer”; „A kockázatokról és mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót, vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét.”

A reklámspot sugárzására a következő televíziós csatornákon került sor: TV2, RTL KLUB, MTV, Viasat 3, National Geographic, Film+, Hallmark.⁴²

2. változat (2009. január, 1 héten keresztül alkalmazták)

Hallható:

„Hátfájás? Izomhúzódás? A Fastum gél hatékonyan csillapítja a fájdalmat, hiszen hatóanyagából csaknem 4X több szívódik fel, mint a Na-diklofenák készítményekből. Amióta a Fastum-ot használom, nem fáj a derekam, és nem jelzi a rossz időt. Fastum. Akár esik, akár fúj. A kockázatokról és a mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót, vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét.”

Látható:

- Egy férfi derekát kenik, illetve egy nő elesik futás közben. Ezek megjelenésekor a „hatékony” és a „gyors” feliratok olvashatók.
- Illusztrációként egy emberi hát rajza jelenik meg, amelynek egyik felét Fastum géllel, a másik felét nátrium-diklofenák készítménnyel kezelik. Fehér pontokkal jelzik a két készítmény felszívódását, amely a Fastum géllel kezelt részen gyorsabb, és ott több a fehér pont is. A képen erőteljesebb piros színnel jelölt a hát nátrium-diklofenák készítménnyel kezelt része, továbbá lassabban szűnik meg annak pirossága, mint a Fastum géllel kezelt területé. A Fastum géllel kezelt részen a „csaknem 4X több

⁴² Vj-115-003/2009. számú irat 5. számú melléklete

szívódik fel” közlés jelenik meg. Apró betűvel a Vincent-kutatást hivatkozzák ennek forrásaként:

„Vincent et al, Azneim.-Forsch./Drug Res. 49(I), Nr. 6 (1999)”

- További feliratok: „Vény nélkül kapható ketoprofen hatóanyagú gyógyszer”; „A kockázatokról és a mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót, vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét.”

A reklámspot sugárzására a következő televíziós csatornákon került sor: TV2, RTL KLUB, Viasat 3, National Geographic, Film+, Hallmark.⁴³

3. változat (2009. február, 6 héten keresztül, majd 2009. júliusban 0,5 héten, továbbá 2009. augusztusban 1 héten keresztül alkalmazták)

Hallható:

„A Fastum gél a hátfájást és az ízületi fájdalmakat hatékonyan és gyorsan csillapítja. Hatóanyagából pedig csaknem 4X több szívódik fel a bőrön keresztül, mint a Na-diklofenak készítményekből. Amióta a Fastum-ot használom, nem fáj a derekam, és nem jelzi a rossz időt. Fastum. Akár esik, akár fúj. A kockázatokról és a mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót, vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét.”

Látható:

- Egy férfi derekát kenik, illetve egy nő elesik futás közben. Ezek megjelenésekor a „hatékony” és a „gyors” feliratok olvashatók.
- Illusztrációként egy emberi hát rajza jelenik meg, amelynek egyik felét Fastum géllal, a másik felét nátrium-diklofenak készítménnyel kezelik. Fehér pontokkal jelzik a két készítmény felszívódását, amely a Fastum géllal kezelt részen gyorsabb, és ott több a fehér pont is. A képen már nem jelenik meg a háton a piros szín. A Fastum géllal kezelt részen a „csaknem 4X több szívódik fel” közlés jelenik meg. Apró betűvel a Vincent-kutatást hivatkozzák ennek forrásaként:
„Vincent et al, Azneim.-Forsch./Drug Res. 49(I), Nr. 6 (1999)”
- További feliratok: „Vény nélkül kapható ketoprofen hatóanyagú gyógyszer”; „A kockázatokról és a mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót, vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét.”

A reklámspot sugárzására a következő televíziós csatornákon került sor:

- TV2, RTL KLUB, Viasat 3, National Geographic, Film+, Hallmark⁴⁴;
- TV2, Viasat 3, National Geographic, Film+, Hallmark⁴⁵;
- TV2, RTL KLUB, Viasat 3, National Geographic, Film+, Hallmark⁴⁶.

⁴³ Vj-115-003/2009. számú irat 5. számú melléklete

⁴⁴ Vj-115-003/2009. számú irat 5. számú melléklete

⁴⁵ Vj-115-003/2009. számú irat 5. számú melléklete

⁴⁶ Vj-115-003/2009. számú irat 5. számú melléklete

4. változat (2009.június, 2,5 hétig alkalmazták)

Hallható:

„A Fastum gél a hátfájást és az ízületi fájdalmakat hatékonyan és gyorsan csillapítja. Hatóanyagából pedig csaknem 4X több szívódik fel a bőrön keresztül, mint a vizsgált Nádiklofenak készítményből. Keresse a Fastum gélt a Gyöngy patikákban. Most akciós, 1615 Ft-os áron. A kockázatokról és a mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót, vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét.”

Látható:

- Egy férfi derekát kenik, illetve egy nő elesik futás közben. Ezek megjelenésekor a „hatékony” és a „gyors” feliratok olvashatók.
- Illusztrációként egy emberi hát rajza jelenik meg, amelynek egyik felét Fastum géllal, a másik felét nátrium-diklofenak készítménnyel kezelik. Fehér pontokkal jelzik a két készítmény felszívódását, amely a Fastum géllal kezelt részen gyorsabb, és ott több a fehér pont is. A képen erőteljesebb piros színnel jelölt a hát nátrium-diklofenak készítménnyel kezelt része, továbbá lassabban szűnik meg annak pirossága, mint a Fastum géllal kezelt területé. A Fastum géllal kezelt részen a „csaknem 4X több szívódik fel” közlés jelenik meg. Apró betűvel a Vincent-kutatást hivatkozzák ennek forrásaként:
„Vincent et al, Azneim.-Forsch./Drug Res. 49(I), Nr. 6 (1999)”
- További feliratok: „Vény nélkül kapható ketoprofen hatóanyagú gyógyszer”; „A kockázatokról és mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót, vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét.” „1615 Ft”

A reklámspot sugárzására a következő televíziós csatornákon került sor: TV2, Viasat 3, National Geographic, Film+, Hallmark.⁴⁷

⁴⁷ Vj-115-003/2009. számú irat 5. számú melléklete

3. számú melléklet

Online hirdetések⁴⁸

1. változat (3/a/iii/1. számú melléklet), internet banner (Pop-up banner)

Fastum gél

Hatékonyan csillapítja a fájdalmat

A kockázatokról és a mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót, vagy kérdezze meg orvosát, gyógyszerészét!

A Fastum hatóanyagából 3,8X több szívódik fel, mint a vizsgált Na-diclofenac készítményből. Vincent et. Al. Arzneim-Forsch./Burg Res.49 (I), Nr. 6 (1999)

Ketoprofen tartalmú, vény nélkül kapható gyógyszer.

Fastum gél

Hatóanyagából csaknem 4x több szívódik fel, mint a Na-diclofenac készítményekből*

A kockázatokról és a mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót, vagy kérdezze meg orvosát, gyógyszerészét!

*A Fastum hatóanyagából 3,8X több szívódik fel, mint a vizsgált Na-diclofenac készítményből. Vincent et. Al. Arzneim-Forsch./Burg Res.49 (I), Nr. 6 (1999)

Ketoprofen tartalmú, vény nélkül kapható gyógyszer.

Alkalmazás ideje: 2009. márciustól, a www.50plusz.hu honlapon.

2. változat (3/a/iii/2. számú melléklet), internet banner (Skyscraper banner)

Sportbaleset érte? Fáj a háta, dereka?

Sok dicofenac tartalmú készítmény ígér enyhülést erre....

Válasszon mást, amiből csaknem 4X több hatóanyag szívódik fel!*

Látható: egy tubus Fastum gél

*A Fastum hatóanyagából 3,8X több szívódik fel, mint a vizsgált Na-diclofenac készítményből. Vincent et. Al. Arzneim-Forsch./Burg Res.49 (I), Nr. 6 (1999)

Ketoprofen tartalmú, vény nélkül kapható gyógyszer.

Fastum gél

Leküzdi a fájdalmat.

Ketoprofen tartalmú, vény nélkül kapható gyógyszer.

A kockázatokról és a mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót, vagy kérdezze meg orvosát, gyógyszerészét!

Alkalmazás ideje: 2009. márciustól, a www.hazipatika.com és a www.50plusz.hu honlapokon.

⁴⁸ Vj-115-002/2009. számú irat 3. melléklete

3. változat (3/a/iii/3. számú melléklet), internet banner (Supersize banner)

Sportbaleset érte? Fáj a háta, dereka?

Sok diclofenac tartalmú készítmény ígér enyhülést erre....

Válasszon mást, amiből csaknem 4X több hatóanyag szívódik fel!*

Látható: egy tubus Fastum gél

*A Fastum hatóanyagából 3,8X több szívódik fel, mint a vizsgált Na-diclofenac készítményből. Vincent et. Al. Arzneim-Forsch./Burg Res.49 (I), Nr. 6 (1999)
Ketoprofen tartalmú, vény nélkül kapható gyógyszer.

Fastum gél

Leküzdí a fájdalmat.

Ketoprofen tartalmú, vény nélkül kapható gyógyszer.

A kockázatokról és a mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót, vagy kérdezze meg orvosát, gyógyszerészét!

Alkalmazás ideje: 2009. márciustól, a www.hazipatika.com és a www.50plusz.hu honlapokon.

4. változat (3/a/iii/4. számú melléklet), betegtájékoztató (Fastum Házipatika.com termékoldal)

Fastum gél

Leküzdí a fájdalmat.

A Fastum gél hatékonyan csillapítja a fájdalmat:

reumás és ízületi panaszok,

hát- és derékfájás,

izomfájdalom,

baleseti sérülések esetén.

Miért hatékony?

Mert hatóanyagából csaknem 4X több szívódik fel, mint a Na-diclofenac készítményekből.*

Ábra:

Illusztrációként egy emberi hát rajza látható, amelynek egyik felét Fastum géllal, a másik felét nátrium-diklofenák készítménnyel kezelik. A képen jóval pirosabb, gyulladtabb a hát nátrium-diklofenák készítménnyel kezelt része. Olvasható továbbá a Fastum géllal kezelt résszel kapcsolatban, hogy „csaknem 4X több szívódik fel”.

Miért kényelmes a Fastum gél használata?

Mert gyorsan felszívódik.

Mert nem hagy foltot.

Mert kellemes, hűsítő hatása és friss illata van.

Mert naponta csak 1-2 alkalommal kell használni.

.....

Superbrands 2008

A Superbrands címet egy független szakértői bizottság adományozza az általa kiemelkedőnek, elismertnek ítélt márkáknak. 2008-ban a Fastum márka elnyerte a Superbrands címet. Köszönjük a bizalmat.

....

Ketoprofen tartalmú, vény nélkül kapható gyógyszer.

*A Fastum hatóanyagából 3,8X több szívódik fel, mint a vizsgált Na-diclofenac készítményből. Vincent et. Al. Arzneim-Forsch./Burg Res.49 (I), Nr. 6 (1999)

A Fastum gél kiváló felszívódása vizsgálatokkal alátámasztott. Egy összehasonlításban különböző hatóanyagok emberi bőrön keresztül történő felszívódását vizsgálták.

ÁBRA: grafikon a Fastum gél, a nátrium-diklofenák, a piroxicam, a diclofenac epolamin és a nifluminsav tartalmú készítményekhez képest a felszívódást bemutató, százalékos mértékben, a Vincent-kutatásra hivatkozva. A grafikon elnevezése: A Fastum gél felszívódása a leggyorsabb és a legnagyobb mértékű (emberi bőrön keresztül.)

Alkalmazás ideje: 2009. márciustól a www.hazipatika.com és a www.50plusz.hu honlapokon.

5. változat (3/a(iii)/5. számú melléklet, hirdetés (Fastum Házipatika orvosmeteorológus szponzoráció)

Fastum gél. Akár esik, akár fúj.

Gyors segítség: sportsérülésekre, ízületi fájdalmakra, baleseti sérülésekre

Gyors és erős hatású helyi fájdalomcsillapító és gyulladáscsökkentő gél:

Reumás fájdalmak

Hát – és derékfájás

Akut és krónikus ízületi panaszok

Rándulások, ficamok, húzódások kezelésére

Reumás panaszok esetén a Fastum gél erős helyi fájdalomcsillapító gél, amely hosszú órákra hatékonyan csökkenti a fájdalmat, hogy Ön a megszokott kényelmét élhesse.

Baleseti sérüléseknél a Fastum gélnek azonnal hűsítő hatása van, csökkenti a fájdalmat és a duzzanatot, így Ön minél előbb visszatérhet az aktív életviteléhez.

Könnyű és kényelmes használni:

Csak naponta egyszer, vagy kétszer kell enyhe masszírozással felvinni az érintett területre

Nem hagy zsíros nyomot vagy filmréteget a bőrön

A vizsgálatok szerint a gél összetételének, és ketoprofen hatóanyagának köszönhetően felszívódása gyorsabb és nagyobb mértékű több más hasonló készítményhez hasonlítva – lásd az alábbi grafikonot.

ÁBRA: grafikon a Fastum gél, a nátrium-diklofenák, a piroxicam, a diclofenac epolamin és a nifluminsav tartalmú készítményekhez képest a felszívódást bemutató, százalékos mértékben, a Vincent-kutatásra hivatkozva. A grafikon elnevezése: A Fastum gél felszívódása a leggyorsabb és a legnagyobb mértékű (emberi bőrön keresztül.)

A Fastum gél felszívódását emberi bőrön piroximammal, nifluminsavval, diclofenac Na-val és diclofenac epolaminnal hasonlították össze Vincent et al. *Arzneim_Forsch./Drug Res.*, 49 (I), Nr.6. (1999)

.....

Alkalmazás ideje: 2008. novembertől, a www.hazipatika.com honlapon.

4. számú melléklet

Vásárláshelyi reklámanyagok⁴⁹

1.) változat (3/f/5. számú melléklet), tépőke

Fastum gél
Fájdalomcsillapító/reuma ellenes gyógyszer

Hatékony fájdalomcsillapítás. A Fastum gél hatóanyagából csaknem 4X több szívódik fel a bőrön keresztül, mint a vizsgált Na-diclofenac készítményből.

Használata ajánlott:
Reumás és ízületi panaszok,
Hát és derékfájás,
Izomfájdalom,
Sérülések esetén.

Vény nélkül kapható, ketoprofen tartalmú gyógyszer. *A Fastum hatóanyagából 3,8-több szívódik fel, mint a vizsgált Na-diclofenac készítményből emberi bőrön keresztül, ex vivo vizsgálatban. Vincent et al, Azneim.-Forsch./Drug Res. 49(I), Nr. 6 (1999)

A kockázatokról és a mellékhatásokról olvassa el a betegájékoztatót, vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét.

Alkalmazása 2009. júliustól.

2. változat (3/f/9. és 11. számú melléklet)

Fastum gél új diszpenzer adagolóban

Nekem is használ. Sportolóknak kifejlesztve.
Gyors segítség:
Sportsérülésekre
Ízületi fájdalmakra
Baleseti sérülésekre

Azért választottam az új, diszpenzer adagolós kiserelést, mert...
...csomagolása masszívabb, így kisebb ütődésektől nem sérül meg.
...a mechanikus pumpának köszönhetően pontosabb az adagolás, így várhatóan hatékonyabb lehet a kezelés.
...csak 2-3 pumpanyomás, és máris felvittem a kívánt gyógyszer mennyiséget.

Ragaszkodom a Fastum gélhez, mert...
...csak naponta egyszer, vagy kétszer kell enyhe masszírozással felvinni az érintett területre, így alkalmazása kényelmes.
...vizsgálatok szerint gél állagának és ketoprofen hatóanyagának köszönhetően felszívódása gyorsabb és nagyobb mértékű több más hasonló készítményekhez hasonlítva*.
...nem hagy zsíros nyomot, vagy filmréteget a bőrön.

⁴⁹ Vj-115-002/2009. számú irat 3. számú melléklete

*A Fastum gél felszívódását emberi bőrön piroximammal, nifluminsavval, diclofenac Na-val és diclofenac epolaminnal hasonlították össze Vincent et al. *Arzneim_Forsch./Drug Res.*, 49 (I), Nr.6. (1999)

A kockázatokról és a mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót, vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét.

Alkalmazása kezdete nem ismert.

3. változat (3/f/10. számú melléklet), poszter, diszpenzer plakát módosított

Fastum gél
Leküzdi a fájdalmat.

Hatékony fájdalomcsillapítás.

A Fastum gél hatóanyagából csaknem 4X több szívódik fel a bőrön keresztül, mint a vizsgált Na-diclofenac készítményből.*

(Ábra:

Illusztrációként egy emberi hát rajza jelenik meg, amelynek egyik felét Fastum géllal, a másik felét nátrium-diklofenák készítménnyel kezelik. Fehér pontokkal jelzik a két készítmény felszívódását, a Fastum géllal kezelt részen több a fehér pont. A képen erőteljesebb piros színnel jelölt a hát nátrium-diklofenák készítménnyel kezelt része, mint a Fastum géllal kezelt területé. A Fastum géllal kezelt részen a „csaknem 4X több szívódik fel” közlés jelenik meg. Apró betűvel a Vincent-kutatást hivatkozzák ennek forrásaként.)

Superbrands 2008

A Superbrands címet egy független szakértői bizottság adományozza az általa kiemelkedőnek, elismertnek ítélt márkáknak. 2008-ban a Fastum márka elnyerte a Superbrands címet. Köszönjük a bizalmat.

Hatékonyan csillapítja a fájdalmat:

reumás és ízületi panaszok,
hát- és derékfájás,
izomfájdalom,
baleseti sérülések esetén.

Miért kényelmes a Fastum gél használata?

Mert gyorsan felszívódik.
Mert nem hagy foltot.
Mert kellemes, hűsítő hatása és friss illata van.
Mert naponta csak 1-2 alkalommal kell használni.

Ketoprofen tartalmú, vény nélkül kapható gyógyszer.

*A Fastum hatóanyagából 3,8-több szívódik fel, mint a vizsgált Na-diclofenac készítményből emberi bőrön keresztül, ex vivo vizsgálatban. Vincent et al, *Arzneim.-Forsch./Drug Res.* 49(I), Nr. 6 (1999)

A kockázatokról és a mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót, vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét.

Alkalmazása 2009. szeptembertől.

4. változat (3/f/12. számú melléklet), poszter

Mozgásszervi kérdőív

.....

A Fastum gél alkalmazása:

A Fastum gélt csak naponta egyszer vagy kétszer kell enyhe masszírozással felvinni az érintett területre.

Vizsgálat bizonyítja, hogy a Fastum gélből a hatóanyag felszívódása gyorsabb és nagyobb mértékű, mint más hasonló készítményeknél.* Ez magának a ketoprofen hatóanyagának, illetve a gél vivőanyagának köszönhető.

Nem hagy zsíros nyomot vagy filmréteget a bőrön.

*A Fastum gél felszívódását emberi bőrön piroximammal, nifluminsavval, diclofenac Na-val és diclofenac epolaminnal hasonlították össze Vincent et al. *Arzneim_Forsch./Drug Res.*, 49 (I), Nr.6. (1999)

A kockázatokról és a mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót, vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét.

Alkalmazásának kezdete nem ismert.

5. változat (3/f/15. számú melléklet), attrap

Akción!

Fastum gél

Leküzd a fájdalmat.

(Ábra:

Illusztrációként egy emberi hát rajza jelenik meg, amelynek egyik felét Fastum géllal, a másik felét nátrium-diklofenák készítménnyel kezelik. Fehér pontokkal jelzik a két készítmény felszívódását, a Fastum géllal kezelt részen több a fehér pont. A képen erőteljesebb piros színnel jelölt a hát nátrium-diklofenák készítménnyel kezelt része, mint a Fastum géllal kezelt területé. A Fastum géllal kezelt részen a „csaknem 4X több szívódik fel” közlés jelenik meg. Apró betűvel a Vincent-kutatást hivatkozzák ennek forrásaként.)

Miért hatékony?

Mert hatóanyagából csaknem 4X több szívódik fel, mint a Na-diclofenac készítményekből.*

A kockázatokról és a mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót, vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét.

*A Fastum hatóanyagából 3,8X több szívódik fel, mint a vizsgált Na-diclofenac készítményből.

Alkalmazásának kezdete 2009. januártól.

6. változat (3/f/16. számú melléklet)

Fastum gél

Leküzd a fájdalmat.

(Ábra:

Illusztrációként egy emberi hát rajza jelenik meg, amelynek egyik felét Fastum géllal, a másik felét nátrium-diklofenák készítménnyel kezelik. Fehér pontokkal jelzik a két készítmény felszívódását, a Fastum géllal kezelt részen több a fehér pont. A képen erőteljesebb piros színnel jelölt a hát nátrium-diklofenák készítménnyel kezelt része, mint a Fastum géllal kezelt területé. A Fastum géllal kezelt részen a „csaknem 4X több szívódik fel” közlés jelenik meg. Apró betűvel a Vincent-kutatást hivatkozzák ennek forrásaként.)

Miért hatékony?

Mert hatóanyagából csaknem 4X több szívódik fel, mint a Na-diclofenac készítményekből.*

Superbrands 2008

Ketoprofen tartalmú, vény nélkül kapható gyógyszer. A kockázatokról és a mellékhatásokról olvassa el a betegájékoztatót, vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét.

*A Fastum hatóanyagából 3,8X több szívódik fel, mint a vizsgált Na-diclofenac készítményből.

Alkalmazása 2009. januártól.

7. változat (3/f/17. számú melléklet)

Miért hatékony?

Mert hatóanyagából csaknem 4X több szívódik fel, mint a Na-diclofenac készítményekből.*

(Ábra:

Illusztrációként egy emberi hát rajza jelenik meg, amelynek egyik felét Fastum géllal, a másik felét nátrium-diklofenák készítménnyel kezelik. Fehér pontokkal jelzik a két készítmény felszívódását, a Fastum géllal kezelt részen több a fehér pont. A képen erőteljesebb piros színnel jelölt a hát nátrium-diklofenák készítménnyel kezelt része, mint a Fastum géllal kezelt területé. A Fastum géllal kezelt részen a „csaknem 4X több szívódik fel” közlés jelenik meg. Apró betűvel a Vincent-kutatást hivatkozzák ennek forrásaként.)

A kockázatokról és a mellékhatásokról olvassa el a betegájékoztatót, vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét.

Superbrands 2008

A Superbrands címet egy független szakértői bizottság adományozza az általa kiemelkedőnek, elismertnek ítélt márkáknak. 2008-ban a Fastum márka elnyerte a Superbrands címet. Köszönjük a bizalmat.

Hatékonyan csillapítja a fájdalmat:

reumás és ízületi panaszok,
hát- és derékfájás,
izomfájdalom,
baleseti sérülések esetén.

Miért kényelmes a Fastum gél használata?

Mert gyorsan felszívódik.

Mert nem hagy foltot.

Mert kellemes, hűsítő hatása és friss illata van.

Mert naponta csak 1-2 alkalommal kell használni.

Ketoprofen tartalmú, vény nélkül kapható gyógyszer.

*A Fastum hatóanyagából 3,8-több szívódik fel, mint a vizsgált Na-diclofenac készítményből emberi bőrön keresztül, ex vivo vizsgálatban. Vincent et al, Azneim.-Forsch./Drug Res. 49(I), Nr. 6 (1999)

A kockázatokról és a mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót, vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét.

Alkalmazásának kezdete 2009. januártól.

8. változat (3/f/18. számú melléklet)

Fastum gél
Leküzdí a fájdalmat.

Hatékony fájdalomcsillapítás. A Fastum gél hatóanyagából csaknem 4X több szívódik fel a bőrön keresztül, mint a Na-diclofenac készítményekből.*

(Ábra:

Illusztrációként egy emberi hát rajza jelenik meg, amelynek egyik felét Fastum géllal, a másik felét nátrium-diklofenák készítménnyel kezelik. Fehér pontokkal jelzik a két készítmény felszívódását, a Fastum géllal kezelt részen több a fehér pont. A képen erőteljesebb piros színnel jelölt a hát nátrium-diklofenák készítménnyel kezelt része, mint a Fastum géllal kezelt területé. A Fastum géllal kezelt részen a „csaknem 4X több szívódik fel” közlés jelenik meg. Apró betűvel a Vincent-kutatást hivatkozzák ennek forrásaként.)

Superbrands 2008

A Superbrands címet egy független szakértői bizottság adományozza az általa kiemelkedőnek, elismertnek ítélt márkáknak. 2008-ban a Fastum márka elnyerte a Superbrands címet. Köszönjük a bizalmat.

Hatékonyan csillapítja a fájdalmat:

reumás és ízületi panaszok,
hát- és derékfájás,
izomfájdalom,
baleseti sérülések esetén.

Miért kényelmes a Fastum gél használata?

Mert gyorsan felszívódik.
Mert nem hagy foltot.
Mert kellemes, hűsítő hatása és friss illata van.
Mert naponta csak 1-2 alkalommal kell használni.

Ketoprofen tartalmú, vény nélkül kapható gyógyszer.

*A Fastum hatóanyagából 3,8-több szívódik fel, mint a vizsgált Na-diclofenac készítményből emberi bőrön keresztül, ex vivo vizsgálatban. Vincent et al, Azneim.-Forsch./Drug Res. 49(I), Nr. 6 (1999)

A kockázatokról és a mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót, vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét.

Alkalmazásának kezdete nem ismert.

9. változat (3/f/19. számú melléklet)

Fastum gél

Gyorsan leküzdí a:

- reumás és ízületi fájdalmakat,
- a hát és derékfájást,
- az izomfájdalmat.

Miért hatékony?

A Fastum gél gyorsabban és nagyobb mértékben szívódik fel, mint számos más készítmény!*

Superbrands 2008

A Superbrands címet egy független szakértői bizottság adományozza az általa kiemelkedőnek, elismertnek ítélt márkáknak. 2008-ban a Fastum márka elnyerte a Superbrands címet. Köszönjük a bizalmat.

A Fastum gél

Gyors és erőteljes hatású helyi fájdalomcsillapító és gyulladáscsökkentő gél, amely:

- gyorsabban és nagyobb mértékben szívódik fel
- nem hagy foltot, vagy filmréteget a bőrön
- azonnali hűsítő hatása és kellemes illata van
- naponta csak 1-2 alkalommal kell használni.

**(Ábra:*

Grafikon a Fastum gél, a piroxicam, a nifluminsav, a diclofenac Na és a diclofenac epolamin hatóanyagú készítmények felszívódásáról, címe a Fastum gél felszívódása.)

Recept nélkül kapható a gyógyszertárakban! Ketoprofen hatóanyagú gyógyszer.

A kockázatokról és a mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót, vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét.

Alkalmazásának kezdete 2009. januártól.

10. változat (3/f/23. számú melléklet), attrap

Fastum gél

Leküzdí a fájdalmat.

(Ábra:

Illusztrációként egy emberi hát rajza jelenik meg, amelynek egyik felét Fastum géllal, a másik felét nátrium-diklofenák készítménnyel kezelik. Fehér pontokkal jelzik a két készítmény felszívódását, a Fastum géllal kezelt részen több a fehér pont. A képen erőteljesebb piros színnel jelölt a hát nátrium-diklofenák készítménnyel kezelt része, mint a Fastum géllal kezelt területé. A Fastum géllal kezelt részen a „csaknem 4X több szívódik fel” közlés jelenik meg. Apró betűvel a Vincent-kutatást hivatkozzák ennek forrásaként.)

Miért hatékony?

Mert hatóanyagából csaknem 4X több szívódik fel, mint a Na-diclofenac készítményekből.*

Ketoprofen tartalmú, vény nélkül kapható gyógyszer.

*A Fastum hatóanyagából 3,8-több szívódik fel, mint a vizsgált Na-diclofenac készítményből emberi bőrön keresztül, ex vivo vizsgálatban. Vincent et al, Azneim.-Forsch./Drug Res. 49(I), Nr. 6 (1999)

Superbrands 2008

A kockázatokról és a mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót, vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét.

Alkalmazásának kezdete 2009. januártól.