

***KLART***


**Gyógyítja, elősegítheti,  
kezelheti – mit írhatunk le  
büntetés nélkül?**

***dr. Zavodnyik József***

# Miről lesz szó?

1. Gyógyhatás állítása
2. Termékkategóriák
3. Egyes termékkategóriák főbb szabályai (gyógyhatásra, egészségre vonatkozó állítások)
4. Az egészséggel kapcsolatos termékek e-kereskedelemben történő reklámozásának kockázatát befolyásoló egyes körülmények
5. A szerkesztői tartalomnak álcázott reklám
6. Reklámozás véleményvezérrel

# Az igazság odaát van

- a reklám elbírálása során a gyógyhatás ígérete valóságnak való megfelelése több esetben nem lényeges kérdés  az állítás bizonyítása fel sem merül
- hangsúlyok:
  - a termékkategória meghatározása
  - a termékkategória forgalmazására és reklámozására vonatkozó szabályok beazonosítása és betartása
  - esetlegesen annak reklámozó általi bizonyítása, hogy az adott állítás nem minősül gyógyhatás állításának

# A gyógyhatás fogalma a joggyakorlatban

- gyógyhatása annak a terméknek van, amely a betegséget megszünteti, az egészséget helyreállítja, azaz egészségessé tesz
- gyógyhatásnak minősül a drasztikus, nem pusztán egészségvédő, hanem a normál egészségi állapothoz való visszatérést biztosító, egészség-helyreállító hatás
- a betegség vagy a betegség tüneteinek megelőzése, valamint azok kezelése is gyógyhatás állításnak minősül

# Gyógyhatás állítása

- a reklám fogyasztó és nem a reklámozó vállalkozás általi értelmezése az irányadó
- gyógyhatás állításának minősül például
  - a feltételes módban alkalmazott állítás („meggyógyíthatja”)
  - a „kezelés” kifejezés használata (pl. „a bőr betegségeinek kezelése”)
  - a gyógyhatásra utaló más kifejezések alkalmazása („terápia”, „terápiás”, „kezelés”, „kúraszerű alkalmazás”, „gyógyulás”)
  - a betegségnek önmagában nem minősülő negatív kísérő jelenségre utalás (pl. cukorbetegség esetén a bőrszárazság mérséklésére vonatkozó állítás)
  - a súlyos betegségben szenvedők esetében a szervezetre gyakorolt bármely (akár az alapterbetegséggel, akár az azzal összefüggő kezelésekkal vagy más hiányállapottal, tünettel kapcsolatos) pozitív hatás alapvetően a szervezetre gyakorolt gyógyhatásnak minősülhet
- a gyógyhatás állítás megvalósulhat közvetett módon is (pl. audiovizuális, emocionális tényezők együttes kölcsönhatása révén)
- a hatóanyaggal, összetevővel összefüggésben tett állítás is a termék gyógyhatásának ígéretét eredményezheti

# Egyes termékkategóriák

- élelmiszer
  - általános, közfogyasztásra szánt élelmiszer
  - étrend-kiegészítő
  - különleges táplálkozási célú élelmiszer (öt típus)
- gyógyszer
  - vény nélkül megvásárolható gyógyszer
    - társadalombiztosítási támogatásba befogadott gyógyszer
    - társadalombiztosítási támogatásba be nem fogadott gyógyszer
  - orvosi vényre kiadható gyógyszer
- kozmetikum
- orvostechnikai eszköz
  - gyógyászati segédeszköznek is minősülő orvostechnikai eszköz
  - gyógyászati segédeszköznek nem minősülő orvostechnikai eszköz
- gyógyászati segédeszköz
  - társadalombiztosítási támogatással rendelhető gyógyászati segédeszköz
  - társadalombiztosítási támogatással nem rendelhető gyógyászati segédeszköz
- egyéb termék (pl. wellness eszköz)

# Élelmiszerek reklámozása

- egyes fontosabb jogszabályok:
  - az élelmiszerekkel kapcsolatos, tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó állításokról szóló 1924/2006/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet
  - a fogyasztók élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásáról szóló 1169/2011/EU európai parlamenti és tanácsi rendelet
  - a nem a betegségek kockázatának csökkentését, illetve a gyermekek fejlődését és egészségét érintő, élelmiszerekkel kapcsolatos, egészségre vonatkozó, engedélyezett állítások jegyzékének megállapításáról szóló 432/2012/EU rendelet
  - az élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásról szóló 36/2014. (XII. 17.) FM rendelet
  - az élelmiszerekkel kapcsolatos tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó állításokkal kapcsolatos egyes szabályokról szóló 33/2010. (V. 13.) EüM–FVM együttes rendelet
  - a testtömegcsökkentés céljára szolgáló, csökkentett energiatartalmú étrendben felhasználásra szánt élelmiszerekről szóló 27/2004. (IV. 24.) ESzCsM rendelet
  - a különleges táplálkozási célú élelmiszerekről szóló 36/2004. (IV. 26.) ESzCsM rendelet

- hasznos oldalak:

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=LEGISSUM%3A121306>

[http://ec.europa.eu/food/safety/labelling\\_nutrition/claims/register/public/?event=search](http://ec.europa.eu/food/safety/labelling_nutrition/claims/register/public/?event=search)

<http://www.efsa.europa.eu/>

<http://elelmiszerlanc.kormany.hu/>

[https://www.ogyei.gov.hu/az\\_elelmiszerekkel\\_kapcsolatos\\_tapanyag\\_osszetetelre\\_es\\_egeszsegre\\_vonatkozó\\_allitasok\\_2](https://www.ogyei.gov.hu/az_elelmiszerekkel_kapcsolatos_tapanyag_osszetetelre_es_egeszsegre_vonatkozó_allitasok_2)

# Élelmiszerek reklámozása: gyógyhatás állítása

- az élelmiszernek nem tulajdonítható az emberi betegségek megelőzésére, kezelésére vagy gyógyítására vonatkozó tulajdonság és ilyen tulajdonságra nem is lehet utalni [1169/2011/EU rendelet 7. cikk (3) bekezdés]
- példa: „ezzel a termékkel megelőzhető a gyomorrák”)








# Élelmiszerek reklámozása: egészségre vonatkozó állítások



- alkalmazható állítások:
  - az Európai Bizottság által engedélyezett állítások listáján szereplő állítások
  - az Európai Élelmiszerbiztonsági Hatóság konszolidált listáján szereplő állítások
  - egyedi kérelemmel érintett és az Európai Bizottság által elfogadott állítás
- nem kell szó szerinti egyezés a listán szereplő állítással, de a kommunikációban szereplő állítás fogyasztói üzenetének tartalmában meg kell felelnie annak
- további korlátok a 1924/2006/EK rendelet alapján, például
  - a több mint 1,2 térfogatszázalék alkoholt tartalmazó italokon nem közölhetők egészségre vonatkozó állítások
  - nem tehetők olyan állítások, amelyek
    - a súlycsökkenés ütemére vagy mértékére utalnak
    - egyes orvosok vagy egészségügyi szakemberek ajánlásaira hivatkoznak



# Szakemberek által ajánlott élelmiszerek a GVH gyakorlatában

- tilos olyan, egészségre vonatkozó állítások alkalmazása, amelyek egyes orvosok vagy egészségügyi szakemberek, valamint egyéb, a rendeletben nem említett szervezetek ajánlásaira hivatkoznak [1924/2006/EK rendelet 12. cikk c) pont] 
- az ajánlás is egészségre vonatkozó állítás vagy egészségre vonatkozó állításokat erősítő állítás, úgy kell értékelni, mint minden más egészségre ható állítást – pártatlannak kell lennie, nem lehet ellentételezés (pl. szponzoráció)
- orvosi, táplálkozástudományi és dietetikus szakemberek nemzeti egyesületei és az egészségügyi jótékonyági intézmények által kiadott ajánlások vagy jóváhagyások
  - külön közösségi szabályok hiányában a vonatkozó nemzeti jogszabályok alkalmazhatóak [1924/2006/EK rendelet 11. cikk]
  - GVH: ilyen nemzeti jogszabály nincs hatályban, nincs olyan nemzeti egyesület, egészségügyi jótékonyági intézmény, amely jogszerűen ajánlhat élelmiszer termékkategóriába tartozó terméket 
  - más vélemény: az uniós jog nem tartalmaz általános tilalmat, a nemzeti szabályozás hiánya nem tekinthető általános tilalomnak
- „az orvosok” ajánlása: megtévesztő, ugyanis nem valószínű, hogy bármely piaci szereplő igazolni tudná a terméke kapcsán, hogy azt általában minden orvos ajánlja 
- egy adott konkrét orvos ajánlása: 1924/2006/EK rendelet 12. cikk c) pontba ütközik

# Speciális gyógyászati célra szánt tápszer reklámozása

- egyes fontosabb jogszabályok:
  - a fogyasztók élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásáról szóló 1169/2011/EU rendelet
  - a csecsemők és kisgyermek számára készült, a speciális gyógyászati célra szánt, valamint a testtömeg-szabályozás céljára szolgáló, teljes napi étrendet helyettesítő élelmiszerekről szóló 609/2013/EU európai parlamenti és tanácsi rendelet
  - a speciális gyógyászati célra szánt tápszerekről szóló 24/2003. (V. 9.) ESzCsM rendelet
- a speciális tápszer vagy élelmiszer a következő megnevezéssel és feliratozással hozható forgalomba: „speciális gyógyászati célra szánt tápszer vagy élelmiszer” [24/2003. (V. 9.) ESzCsM rendelet 4. § (1) bekezdés] 
- a reklámban nem tulajdonítható e terméknek emberi betegségek megelőzésére, kezelésére vagy gyógyítására vonatkozó tulajdonság és ilyen tulajdonságra nem is lehet utalni [609/2013/EU rendelet 9. cikk (5) bekezdés] 

# Vényköteles gyógyszerek reklámozása

- egyes fontosabb jogszabályok:
  - az emberi felhasználásra szánt gyógyszerek közösségi kódexéről szóló 2001/83/EK irányelv
  - az emberi alkalmazásra kerülő gyógyszerekről és egyéb, a gyógyszerpiacot szabályozó törvények módosításáról szóló 2005. évi XCV. törvény (Gyftv.)
  - az emberi felhasználásra kerülő gyógyszer, illetve gyógyászati segédeszköz ismertetésére, az ismertetői tevékenységet végző személyek nyilvántartására, és a gyógyszerrel, gyógyászati segédeszközzel kapcsolatos, fogyasztókkal szembeni kereskedelmi gyakorlatra vonatkozó részletes szabályokról szóló 3/2009. (II. 25.) EüM rendelet
- tilos a reklámozás [Gyftv. 17. § (4) bekezdés]
- nem minősül reklámozásnak a pusztán tájékoztató jellegű felvilágosítás, amely nem irányul eladásösztönzésre
- ha a vényköteles gyógyszerekre vonatkozó információknak a gyártó internetes oldalán való terjesztése csupán a gyógyszernek az irányelv előírásának megfelelő csomagolásának a valósághű másolatát, valamint az illetékes gyógyszeripari hatóságok által jóváhagyott alkalmazási előírásnak vagy betegtájékoztatónak a szó szerinti és teljes másolatát foglalja magában, s azt nem kíséri olyan kiegészítő elem, amely a reklámként való minősítést alátámasztaná, akkor az ilyen gyógyszerek reklámozására vonatkozó tilalom által követett egészségvédelmi cél nem eredményezi a tiltott reklámozásként való minősítést (C-316/09 ítélet)



# Vény nélkül kiadható gyógyszerek reklámozása

- egyes fontosabb jogszabályok:
  - az emberi felhasználásra szánt gyógyszerek közösségi kódexéről szóló 2001/83/EK irányelv
  - Gyftv.
  - az emberi felhasználásra kerülő gyógyszer, illetve gyógyászati segédeszköz ismertetésére, az ismertetői tevékenységet végző személyek nyilvántartására, és a gyógyszerrel, gyógyászati segédeszközzel kapcsolatos, fogyasztókkal szembeni kereskedelmi gyakorlatra vonatkozó részletes szabályokról szóló 3/2009. (II. 25.) EüM rendelet
- a társadalombiztosítási támogatásba befogadott gyógyszerek reklámozása tilos [Gyftv. 17. § (4) bekezdés]
- további szabályok, így például
  - a reklám nem térhet el a gyógyszer alkalmazási előírásában foglaltaktól, azzal összhangban kell állnia, azzal, hogy a gyógyszerreklám valamennyi részletének nem kell azonosnak lennie a gyógyszer alkalmazási előírásában szereplő részletekkel
  - a reklám nem tartalmazhat olyan utalást vagy kifejezést, amely tudósok, egészségügyi szakemberek vagy ismert személyiségek ajánlását tartalmazza



# Gyógyászati segédeszközök reklámozása

- egyes fontosabb jogszabályok:
  - az emberi felhasználásra szánt gyógyszerek közösségi kódexéről szóló 2001/83/EK irányelv
  - Gyftv.
  - az emberi felhasználásra kerülő gyógyszer, illetve gyógyászati segédeszköz ismertetésére, az ismertetői tevékenységet végző személyek nyilvántartására, és a gyógyszerrel, gyógyászati segédeszközzel kapcsolatos, fogyasztókkal szembeni kereskedelmi gyakorlatra vonatkozó részletes szabályokról szóló 3/2009. (II. 25.) EüM rendelet
- tilos a társadalombiztosítási támogatással rendelhető gyógyászati segédeszközök reklámozása [Gyftv. 17. § (4) bekezdés]
- a társadalombiztosítási támogatással nem rendelhető gyógyászati segédeszközök reklámja nem tartalmazhat olyan utalást vagy kifejezést, amely tudósok, egészségügyi szakemberek vagy ismert személyiségek ajánlását tartalmazza
- a reklámozás részletes szabályozása, így például a reklám nem térhet el a használati útmutatótól, összhangban kell lennie azzal



# Kozmetikai termékek reklámozása

- ágazati szabályozás
  - a kozmetikai termékekről szóló 1223/2009/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet
  - a kozmetikai termékekről tett állítások indokolására vonatkozó közös kritériumok megállapításáról szóló 655/2013/EU bizottsági rendelet
  - a kozmetikai termékekről szóló 246/2013. (VII. 2.) Korm. rendelet
- GVH: lehetséges a gyógyhatás-állítások bizonyítása, de tudományos megalapozottság az elvárt (pl. a kedvező fogyasztói vélemények nem relevánsak)
- eltérő vélemény:
  - a 1223/2009/EK rendelet értelmében egy kozmetikai termék célja „kizárólag vagy elsősorban” kozmetikai jellegű
  - nem felelnek meg a kozmetikum fogalmának az olyan termékek, amelyeknek olyan hatást tulajdonítanak, amelyek nem tartoznak „tisztítás”, „illatosítás”, „kinézete megváltoztatás”, „védelem” stb. kategóriájába

# Egyéb termékek

- pl. kozmetikumnak nem minősülő wellness eszköz
- a reklámozó igazolni köteles, hogy a termék alkalmas betegségek, illetve az emberi szervezet működési zavarai vagy rendellenességei gyógyítására
- GVH: szigorú követelmények a bizonyítékokkal szemben



# Miért lehet kockázatosabb az átlagosnál az egészséggel kapcsolatos termékek e-kereskedelemben történő reklámozása?

- 1. a fogyasztók sajátosságai miatt:** jellemzően különösen kiszolgáltatottak
  - kisebb a velük szembeni elvárhatósági mérce a tájékozódásuk vonatkozásában
  - kötelezettségvállalási nyilatkozattal nehezebben zárható le a versenyfelügyeleti eljárás
  - az esetleges versenyfelügyeleti bírság körében súlyosító körülmény
  - a GVH a kkv-t is bírságozhatja már az első jogsértés esetén
- 2. a termék sajátossága miatt:** a termék bizalmi jellegű
  - az esetleges versenyfelügyeleti bírság körében súlyosító körülmény
- 3. a kommunikációs csatorna sajátosságai miatt:**
  - kis reklámköltség lehet, de a versenyfelügyeleti bírság kiinduló összege a jogsértéssel érintett árukból a jogsértés időszaka alatt realizált nettó árbevétel 10%-a is lehet

# Miért lehet kockázatosabb az átlagosnál az egészséggel kapcsolatos termékek e-kereskedelemben történő reklámozása?

## **4. a hatóságok kiemelt érdeklődése az e-kereskedelem iránt**

- a GVH középtávú digitális fogyasztóvédelmi stratégiája (2018. szeptember)
- emelkedett az e-kereskedelmet, internetes jelenlétet érintő versenyfelügyeleti eljárások száma

## **5. a versenyfelügyeleti bírságok mértékének emelkedése valószínűsíthető**

## **6. a hatóságok gyakorlata, jogértelmezése nem ismerhető meg mindig kellő mélységben**

# A szerkesztői tartalomnak álcázott reklám



- a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény 3. § (4) bekezdés és melléklet 11. pont: tisztességtelen az írott vagy elektronikus médiában szerkesztői tartalom használata az áru értékesítésének vagy más módon történő igénybevételének előmozdítására úgy, hogy ezért a vállalkozás ellenszolgáltatást nyújtott, ez azonban nem tűnik ki egyértelműen a tartalomból vagy a fogyasztó számára egyértelműen felismerhető képi vagy akusztikus elemekből
- követelmény: a fogyasztó számára világos legyen, hogy reklámmal vagy szerkesztői tartalommal találkozik
- GVH joggyakorlat
  - a jogsértés megállapításának nem feltétele, hogy a szerkesztői tartalomnak álcázott reklámban közvetlenül, nevesítetten megjelenjen az értékesítendő áru
  - a jogsértés akkor is megállapítható, ha az adott kereskedelmi kommunikációnak csak egy része minősül szerkesztői tartalomnak álcázott reklámnak
  - a kereskedelmi kommunikációért fizetett ellenszolgáltatás tényének egyértelműen ki kell tűnnie a fogyasztó számára (akkor is, ha nem pl. barter ügylet valósult meg) - az ellentételezés tényének van meghatározó jelentősége
  - a tájékoztatás tartalma ebben a körben nem bír jelentőséggel

# Ha véleményvezérrel reklámozunk, teljesüljenek a véleményvezérrel szembeni elvárások!

- a fennálló üzleti kapcsolattal, közvetlen gazdasági érdekeltséggel összefüggésben jól észlelhetően és hangsúlyosan, szembetűnően és egyszerűen, egyértelműen és közérthetően szükséges feltüntetnie, hogy a közzétett tartalom fizetett, támogatott tartalom és/vagy annak közzétételéért ellenszolgáltatásban részesült
- a hirdetővel szemben fennálló bármilyen jellegű üzleti kapcsolata, együttműködési formája legyen egyértelműen, átláthatóan és pontosan azonosítható
- valós, tisztességes, hiteles képet kell közvetítenie a termékről vagy szolgáltatásról



# Ha véleményvezérrel reklámozunk, teljesítsük a reklámozóval szembeni elvárásokat!

- megállapítható lehet a reklámozó felelőssége, ha részt vesz a posztok tartalmi vagy formai kialakításában
- javaslat:
  - olyan szerződési feltételek, rendszerek és programok kialakítása, amelyekkel biztosítani tudják azt, hogy a megbízásukból tevékenykedő, illetve a velük kapcsolatban álló véleményvezérek megismerjék a közzétételre vonatkozó jogi elvárásokat 
  - olyan monitoring-rendszer, riportolási folyamat kialakítása, amellyel biztosítható a közzétett tartalmak megfelelőségének figyelemmel kísérése és a beavatkozás szükség esetén 

***KLART***

**Köszönöm a figyelmet!**

**[jozsef.zavodnyik@klartlegal.eu](mailto:jozsef.zavodnyik@klartlegal.eu)**