

Mit érdemes tudni az étrend-kiegészítők szabályozásáról?

Az étrend-kiegészítők forgalmazása és reklámozása

Veszélyes étrend-kiegészítők a piacon, megtévesztő étrend-kiegészítő reklámok – mindkét esetről gyakran hallani. De mi is az az étrend-kiegészítő? Hogyan kerül forgalomba? Milyen követelményeknek kell megfelelnie az ilyen termékek reklámjának?



Étrend-kiegészítőnek azok az élelmiszerek minősülnek, amelyek koncentrált formában tartalmaznak tápanyagokat, egyéb táplálkozási, élettani hatással rendelkező anyagokat, egyenként vagy kombináltan. Megjelenési formájuk lehet kapszula, pasztilla, tableta, port tartalmazó tasak, adagolható por, ampulla, csepegtető üveg vagy más hasonló por-, illetve folyadékforma, amely alkalmas kis mennyiség adagolására.

Az étrend-kiegészítők forgalmazására és reklámozására – az általános szabályok mellett – speciális szabályok vonatkoznak. A cikk ezeket a kérdéseket járja körül.

Forgalmazás, ellenőrzés

Az étrend-kiegészítők előállítására, összetételére szigorú előírások vonatkoznak. Kizárólag a jogszabályoknak megfelelő étrend-kiegészítő hozható forgalomba

Magyarországon, és a végső fogyasztó számára kizárólag előrecsomagolt formában értékesíthető ilyen készítmény.

Az étrend-kiegészítők forgalomba hozatala – az uniós szabályozással összhangban – engedélyeztetési kötelezettséget nem, csak az ellenőrzések hatékonyságát elősegítő bejelentési kötelezettséget von maga után, amely kötelezettség ugyanakkor akár a forgalomba hozatal napján is teljesíthető az *Országos Élelmezés- és Táplálkozástudományi Intézet* (OÉTI) felé. A Magyarországon működő rendszer még így is szigorúbb több más, uniós tagállamban működő rendszernél, ahol a jogszabályok még bejelentési kötelezettséget sem írnak elő, és a hatóságok kizárólag szűrőpróbaszerű ellenőrzéseket végeznek, illetve panaszbejelentések alapján járnak el.

Az OÉTI lehetőségei

Az OÉTI a termékek piacra kerülését követően sem végez hatósági ellenőrzést. Amennyiben a bejelentés során benyújtott dokumentáció vizsgálatát követően bármilyen hiányosságot vagy veszélyt észlel, az OÉTI megkeresi a hatáskörrel rendelkező hatóságokat (járásai népegészségügyi intézetek és állategészségügyi és élelmiszer-ellenőrző hivatalok), amelyek megteszik a szükséges lépéseket és haladéktalanul értesítik azokról az OÉTI-t. A járási népegészségügyi intézet jogosult felfüggeszteni vagy megtiltani, ha új információ eredményeként vagy a meglévő információk újraértékelése alapján megállapítják, hogy az veszélyezteti a fogyasztó egészségét, abban az esetben is, ha az étrend-kiegészítő megfelel a jogszabályi előírásoknak.

Az OÉTI honlapján tájékoztató jelleggel közzéteszi a bejelentett étrend-kiegészítők listáját, és zöld pipával jelöli azokat a készítményeket, amelyek esetében a bejelentő által benyújtott tudományos dokumentumok alapján nem merültek fel olyan súlyos hibák az összetétellel, a termék várható hatásaival, a jelöléssel, és a címkén alkalmazott egészségre vonatkozó állításokkal kapcsolatban, amelyek alapján feltételezni lehetne, hogy a termék fogyasztása kockázatos lenne a fogyasztó egészségre szempontjából, valamint hogy a termék nem felel meg a bejelentéskor hatályos jogszabályi rendelkezéseknek. Az OÉTI honlapján közzéteszi a forgalomba hozattól eltiltott, illetve a veszélyes étrend-kiegészítők listáját is.

Az étrend-kiegészítők reklámozása

A *Gazdasági Versenyhivatal* (GVH) számos vállalkozást marasztalt el jogsértő reklámozási tevékenység miatt az étrend-kiegészítő piacán. A leggyakoribb problémát a megal-

poztalan hatásállítások okozzák, de gyakori az étrend-kiegészítők piacán a szerkesztői tartalomnak álcázott reklám is.

A GVH a reklámállítások megítélése során általában súlyosító körülményként értékeli, hogy az egészségre, illetve az emberi szervezetre ható termékek reklámjai által megcélzott fogyasztói kör – a különféle betegségekben szenvedő vagy azt megelőzni szándékozó emberek – kifejezetten sérülékeny fogyasztói csoportot alkotnak. Ezen célcsoport tagjaitól helyzetüknél, kiszolgáltatottságuknál fogva alacsonyabb ésszerűségi szint várható el, mint egy átlagfogyasztótól, így ezen a területen **különös jelentősége van a korrekt, az ágazati szabályoknak is megfelelő, és szakmailag bizonyított állításokat tartalmazó tájékoztatásnak.**

Állítások alátámasztása

Az általános szabályok szerint, a reklámozó köteles egy esetleges hatósági eljárás során bizonyítani, hogy a reklámállítás a reklám közzétételének időpontjában megfelelt a valóságnak. A pozitív terméktapasztalatok, betegektől és kezelőorvosaitól származó vélemények nem tekinthetők

A tájékoztatás nagyon fontos

Sok ezer étrend-kiegészítő van forgalomban, amelyekhez a fogyasztók számos forrásból férhetnek hozzá (patikákban, üzletekben, web áruházakban), és a kedvező élettani hatással rendelkező készítmények mellett sajnos hatástalan. Sőt idővel, veszélyes étrend-kiegészítők is megjelennek, különböző értékesítési csatornákon keresztül.

tudományos ismeretnek. Az ilyen hivatkozásokat ugyanúgy kezeli a hatóság, mint más állításokat, azaz a reklámozónak kell bizonyítani azok megalapozottságát.

A reklámozó mozgásteret a bizonyítás terén ugyanakkor jelentősen korlátozott az étrend-kiegészítőkkel kapcsolatos hatásállítások esetén. Az ágazati szabályok szerint ugyanis egészségre vonatkozó állítás használata élelmiszerekkel kapcsolatosan (ideértve az étrend-kiegészítőket is) csak szigorú korlátok között megengedett.

Az étrend-kiegészítők élelmiszereknek minősülnek és bár kedvező élettani hatással rendelkezhetnek, jelölésük, megjelené-

tésük, illetve reklámozásuk során tilos az ilyen típusú készítményeknek betegséget megelőző vagy gyógyító hatást tulajdonítani, illetve ilyen tulajdonságra utalni.

2012. decemberétől kötelezően alkalmazandó az *Európai Bizottság - Európai Élelmiszerbiztonsági Hatóság (EFSA)* értékelésén alapuló - azon listája, amelyen az engedélyezett, élelmiszerekkel kapcsolatosan alkalmazott tápanyag-összetételre, illetve egészségre vonatkozó állítások szerepelnek. Az uniós regiszterben elutasítottként szereplő állítások 2012. decemberétől nem szerepelhetnek élelmiszereken, illetve reklámjaikban.

A GVH az Európai Bizottság listáján nem szereplő egészségre vonatkozó állításokon túl a vállalkozás által benyújtott bizonyítékokat figyelmen kívül hagyja.

Szerkesztői tartalomnak álcázott reklám

Étrend-kiegészítők, de más termékek kapcsán is találkozhatunk olyan gyakorlattal, hogy a reklámmal azonos oldalon olyan cikk jelenik meg, ami a reklám tartalmával „egybecseng”. Ez a megoldás bevált újság-szerkesztési gyakorlat, jogi szempontból

PATIKAI ESZKÖZÖK TERVEZÉSE ÉS KIVITELEZÉSE

Papír és tartós displayek, sztatikus plakátok és tasakok,

receptaláíró pultok és egyedi kialakítású tollak,

padló és kirakat matricák, attrapok, zacskók,

wobblerek, polci eszközök, biztonsági

kapudekoráció, backlit nyoma-

tok, LED világítású reklám-

eszközök, digital

signage.



BEFLEX

Kontakt: Varga Kornélia / kvarga@beflex.hu / Tel.: 1/456 3649
1097 Budapest, Táblás utca 36-38. / www.beflex.hu

ugyanakkor aggályos lehet, amennyiben az objektív tájékoztatás látszatát keltő cikk megrendelője valójában a reklámot közlő vállalkozás.

A reklámokra vonatkozó általános szabályok szerint tilos a szerkesztői tartalomnak álcázott reklám. Szerkesztői tartalomnak álcázott reklámnak minősül az frott 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 a tartalomból vagy a fogyasztó számára egyértelműen felismerhető képi vagy akusztikus elemekből.

A GVH több döntésében kifejtette, hogy az újságok esetében a fogyasztók különbséget tesznek a reklámok és a reklámnak nem minősülő tartalom között. **A szerkesztői tartalom a fogyasztói ismeretek, tapasztalatok szerint semleges információközlést tartalmaz**, amelynek elsődleges célja a tájékoztatás, a szórakoztatás, a vélemény-kifejezés, azaz világosan elkülönül egy vállalkozás érdekét szolgáló kereskedelmi kommunikációtól, reklámtól.

Hirdetés termék nélkül

Egy reklám és a reklám tartalmát támogató cikk egymás mellett történő megjelentetése kimerítheti a szerkesztői tartalomnak álcázott reklám fogalmát abban az esetben is, ha a cikkben közvetlenül nem jelenik



meg az értékesítendő áru, de a cikk tartalma egyértelműen támogatja a reklámot (például azáltal, hogy ugyanazzal az egészségügyi kérdéssel foglalkozik).

A GVH vonatkozó gyakorlata alapján a szerkesztői tartalomnak álcázott reklámmért ellenszolgáltatás nyújtása nemcsak akkor állapítható meg, ha a felek a közöttük létrejött megállapodásban vagy az általuk kibocsátott számlán, pénzügyi elszámolásukban stb. kifejezetten nevesítették a szerkesztői tartalomnak álcázott, reklámnak minősülő cikkért fizetendő ellenszolgáltatást. Az ellenszolgáltatás léte akkor is megállapítást nyer, ha a vállalkozás egy összegben fizet ellenszolgáltatást a reklámmért és a szerkesztői tartalomért, vagy ha a reklámmért fizetendő ellenértékből úgy részesül kedvezményben, hogy a reklám egy része (így különösen a szerkesztői tartalomnak álcázott rész) kapcsán „ingyenességben” állapodnak meg a felek, sőt abban az eset-

ben is, ha a reklámmért fizetendő ellenérték csak a fogyasztók számára is egyértelműen felismerhető reklámok vonatkozásában számlázzák ki azt a hirdetőnek.

Az éttrend-kiegészítőkkel kapcsolatos kommunikációra vonatkozó szabályozás tehát nagyon szigorú, az ilyen készítmények forgalomba hozatala ugyanakkor – jogi szempontból – szinte akadálymentes.

Bár számos szakmai érv szól amellett, hogy ellenőrzöttebb és áttekinthetőbb legyen ezen termékek forgalomba hozatala, a szigorítás nem korlátozhatja az áruk szabad áramlását az Európai Unió területén, ezért a problémára uniós szinten lenne célszerű megoldást találni.

Dr. Berekméri-Varró Réka
ügyvéd
Gide Loyrette Nouel
– d'Ornano Iroda



Gazdálkodástudományi Kar

Versenyképes tudás, megbecsült diploma

A Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kara a hagyományokhoz híven ősszel ismét indítja alábbi szakirányú továbbképzési programjait:

- **Orvos-közgazdász**
- **Gyógyszerész- közgazdász**
- **Képzési forma: levelező**
- **Képzés időtartama: 4 félév**
- **Jelentkezési határidő: június 30.**

További információk:
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi Kar Felnőttképzési Hivatal
1093 Budapest, Fővám tér 8.
Tel.: 482 5316, 482 5349 Fax: 482 5070
E-mail: marta.mikoczi@uni-corvinus.hu
www.uni-corvinus.hu

Felnőttképzés

www.uni-corvinus.hu