

Người tiêu dùng bức xúc sản phẩm Đào Thi quảng cáo không đúng quy định

12:09 23/07/2021

Tòa soạn Thương hiệu và Công luận nhận hàng loạt phản ánh về TPBVSK Đào Thi do Công ty TNHH Dược Phẩm Quốc Tế Medicom (Công ty Medicom) phân phối độc quyền đang được quảng cáo sai phép; một số diễn viên, người mẫu, nghệ sĩ đăng tải các video quảng cáo sản phẩm không đúng với quy định và giấy phép xác nhận quảng cáo của Cục An toàn thực phẩm.

Quảng cáo sản phẩm không đúng quy định

Thời gian vừa qua, hàng loạt các loại thực phẩm bảo vệ sức khỏe, mỹ phẩm trên thị trường được các công ty sản xuất và phân phối quảng cáo “thối phồng” công dụng như các loại thuốc, thậm chí là “tiên dược” để “câu” người tiêu dùng. Motip quen thuộc của những màn “thối phồng” gây bức xúc dư luận này là sử dụng hàng loạt những nghệ sĩ nổi tiếng “quen mặt”, chuyên gia, bác sĩ quảng cáo, giới thiệu “nổ” quá đà về sản phẩm trên các phương tiện truyền thông. Điều đáng nói sau khi nghe những lời quảng cáo được thổi đến tận mây xanh như vậy liệu mấy ai lại không tin công dụng của những sản phẩm này thật sự như thuốc chữa bệnh?

Vừa qua, Tòa soạn Thương hiệu & Công luận cũng đã nhận được hàng loạt phản ánh về thực phẩm bảo vệ sức khỏe Đào Thi được biết do Công ty TNHH Dược Phẩm Quốc Tế Medicom (địa chỉ: Tầng 4 Tòa nhà Vimenco Lô E9 đường Phạm Hùng - Phường Trung Hoà - Quận Cầu Giấy - Hà Nội) phân phối độc quyền đang có dấu hiệu quảng cáo sai phép; một số diễn viên, người mẫu, nghệ sĩ đăng tải các video quảng cáo sản phẩm không đúng với quy định và giấy phép xác nhận quảng cáo của Cục An toàn thực phẩm. Ngoài ra, tòa soạn còn nhận được đơn thư tố cáo của người tiêu dùng về việc phía đơn vị bán hàng của Công ty đang có hành vi xúc phạm, đe dọa và cố tình vu khống làm ảnh hưởng đến uy tín, danh dự của người tiêu dùng, ép người tiêu dùng phải mua sản phẩm Đào Thi bằng mọi cách.

Cụ thể đối với sản phẩm là Đào Thi theo Giấy tiếp nhận đăng ký bản công bố sản phẩm là thực phẩm bảo vệ sức khỏe nhưng trên nhiều website của công ty đã quảng cáo thông tin sai sự thật, cho rằng đây là “giải pháp vàng cho nàng lép xệ” hay “tiên dược cho sức khỏe” với rất nhiều công dụng khác nhau: Kích thích tăng kích thước vòng 1 cực kỳ hiệu quả. Giúp hỗ trợ đẩy lùi và ngăn ngừa nguy cơ mắc các chứng bệnh về ung thư vú hoặc tuyến vú ở nữ giới có thể gặp phải. Phòng tránh các biến chứng do thiếu hụt nội tiết tố, làm hồng nhũ hoa, cải thiện tình trạng tiền mãn kinh và loãng xương ở các chị em phụ nữ, cải thiện nội tiết tố và sinh lý nữ từ đó giảm các triệu chứng khô rát âm đạo, bốc hỏa, nám, sạm da... Là sản phẩm về vòng 1 được các bác sĩ, giới dược sĩ và các chuyên gia khuyên dùng, nhiều phụ nữ đã sử dụng, yêu thích và đánh giá.



Nhiều công dụng thần thánh được đơn vị bán sản phẩm Đào Thi nâng lên tận mây xanh.

Không biết đơn vị quảng cáo dựa vào đâu để khẳng định sản phẩm Đào Thi giúp ngăn ngừa ung thư vú, cải thiện tình trạng loãng xương?

“Thần dược” từ miệng người nổi tiếng & "chuyên gia"

Không dừng lại tại đó, một số nghệ sĩ như diễn viên Vân Trang, Á hậu Huyền My,.. còn quảng cáo sản phẩm đến người tiêu dùng bằng các thông tin như: Viên uống uống vào làm tăng nội tiết tố nữ, tăng kích cỡ vòng 1 của mình. Tất cả những vấn đề đối với chị em sau sinh vòng 1 cũng đều được khắc phục hết chảy xệ không còn, da căng hơn với những ai bị tăng cân rất là nhanh rạn da sau khi cho con bú thì dùng sản phẩm này khiến da mượt hơn, da căng hơn, mọng hơn...

Diễn viên Quỳnh Nga thẳng thừng tuyên bố: Đến tuần thứ 2, thứ 3 Nga dùng thì thấy hiệu quả, da của Nga đẹp hơn mượt hơn, làm cho lúc nào mình thấy sức sống, vòng 1 của mình thì tăng size dần dần tăng 2cm, 3cm giờ sau 1 tháng dùng là 4cm.

Liệu lời quảng cáo này có phải “quá lố” khi diễn viên Quỳnh Nga từng xuất hiện tại chương trình "Cho ngày hoàn hảo" phát sóng trên VTV2 với chủ đề "Nghệ sĩ sau phẫu thuật thẩm mỹ", Quỳnh Nga không ngại chia sẻ về khoảng thời gian cô phẫu thuật nâng ngực và việc nâng vòng 1 đã khiến cô tự tin hơn rất nhiều. Việc bản thân nữ diễn viên Quỳnh Nga đã từng tiến hành phẫu thuật nâng ngực nhưng trong video quảng cáo, giới thiệu sản phẩm thì lại nói khi sử dụng sản phẩm Đào Thi đã tăng kích cỡ vòng ngực và không hề nhắc đến việc đã từng phẫu thuật nâng ngực. Liệu đây có phải là hành vi lừa dối người tiêu dùng của nghệ sĩ và công ty TNHH Dược Phẩm Quốc Tế Medicom hay không?



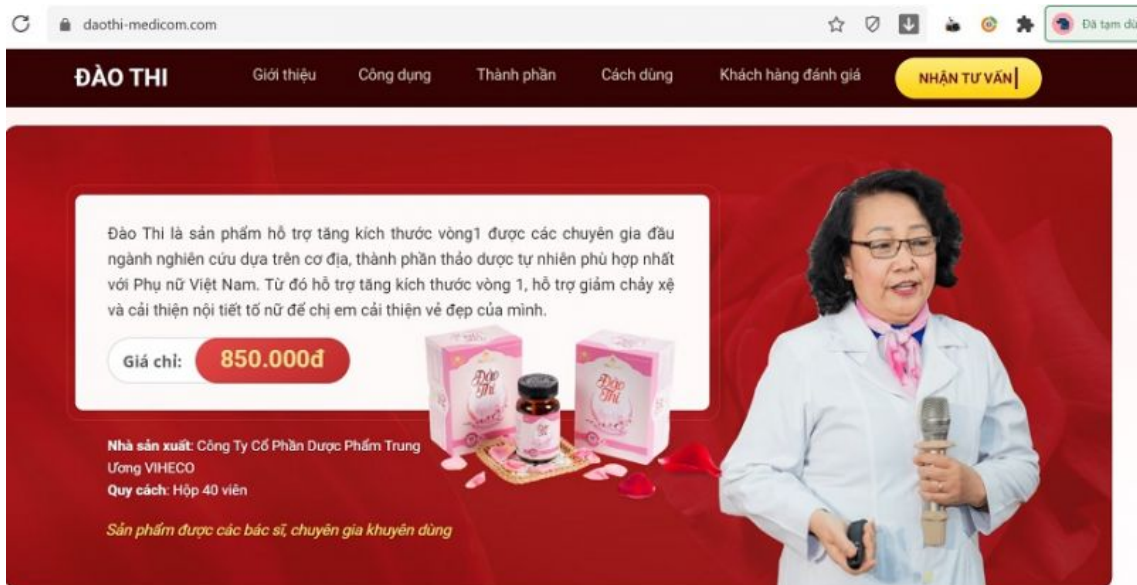
Viên uống nở ngực Đào Thi là sản phẩm vô cùng có lợi đối với các chị em phụ nữ, chúng sở dĩ được nhiều người mến mộ và tìm mua về sử dụng là bởi những ưu điểm sau đây:

- Sản phẩm viên uống nở ngực Đào Thi do công ty dược phẩm VIHECO sản xuất ra. Đây là hãng dược phẩm chuyên sản xuất các sản phẩm hỗ trợ giúp cải thiện sức khỏe cho các chị em phụ nữ. Đặc biệt vô cùng an toàn và không hề gây bất kỳ tác dụng phụ nào nguy hại cho cơ thể.

– Viên uống giúp nở ngực Đào Thi hiện được các chuyên gia hàng đầu Việt Nam nghiên cứu và hoàn thiện, họ đã lựa chọn vô cùng nghiêm ngặt các nguyên liệu đầu vào và tiến hành sản xuất sản phẩm dựa trên dây chuyền công nghệ vô cùng hiện đại, khép kín. Từ đó giúp giữ lại toàn bộ dưỡng chất có trong

Diễn viên Quỳnh Nga đã từng tiến hành phẫu thuật nâng ngực nhưng trong video quảng cáo, giới thiệu sản phẩm thì lại nói khi sử dụng sản phẩm Đào Thi đã tăng kích cỡ vòng ngực và không hề nhắc đến việc đã từng phẫu thuật nâng ngực?.

Theo chuẩn motip hiện nay, bên cạnh nghệ sĩ nổi tiếng thì trên các trang web, youtube này cũng sử dụng hình ảnh của Bác sĩ, chuyên khoa 2 Nguyễn Thái Hà – Nguyên Trưởng khoa khám bệnh - Bệnh viện Từ Dũ, quảng cáo sản phẩm này.



Đơn vị bán hàng sản phẩm Đào Thi sử dụng hình ảnh, tên tuổi của những chuyên gia, bác sĩ từng làm trong ngành y tế để quảng cáo cho sản phẩm.

Cũng như trên các trang web chính thức của mình, công ty TNHH Dược Phẩm Quốc Tế Medicom cũng sử dụng tràn lan hình ảnh, cảm nhận, lời cảm ơn của khách hàng sau khi sử dụng sản phẩm để quảng cáo về sản phẩm, khiến nhiều người tiêu dùng lầm tưởng sản phẩm này là thuốc và có công dụng chữa bệnh.

Mới đây, Ban Tuyên giáo Thành ủy Thành phố Hồ Chí Minh cũng đã gửi công văn đến các hội Văn học - Nghệ thuật TP.HCM để nghị chấn chỉnh việc nghệ sĩ quảng cáo không đúng quy định. Công văn do Phó trưởng ban Tuyên giáo Thành ủy TP.HCM Nguyễn Thọ Truyền ký, nêu rõ: "Thời gian qua trên các trang thông tin đại chúng và trang mạng xã hội có phản ánh về một số nghệ sĩ TP.HCM có tham gia bằng nhiều hình thức như đăng bài viết, video clip trên mạng xã hội..., trực tiếp giới thiệu quảng cáo về sản phẩm hiệu quả một số mặt hàng tiêu dùng, thực phẩm chức năng, thuốc chữa bệnh, mỹ phẩm, tiền ảo... không đúng với quy định của pháp luật, làm ảnh hưởng sức khỏe, tính mạng, tài sản, niềm tin của người tiêu dùng và hình ảnh của các nghệ sĩ".

Để làm sáng tỏ sự việc, đề nghị Cục An toàn thực phẩm (Bộ Y tế), Cục Cảnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng vào cuộc để bảo vệ lợi ích của người tiêu dùng.

Luật sư Lê Văn Hoan, Đoàn Luật sư TP.HCM, cho biết theo Nghị định 158/2013/NĐ-CP và Nghị định 28/2017/NĐ-CP sửa đổi thì mức phạt đối với hành vi quảng cáo TPCN như sau:

Phạt tiền từ 30 triệu đến 40 triệu đồng đối với hành vi quảng cáo TPCN và các sản phẩm không phải là thuốc với nội dung không rõ ràng, gây hiểu nhầm sản phẩm đó là thuốc.

Phạt tiền từ 20 triệu đến 30 triệu đồng theo quy định Khoản 4, điều 70 Nghị Định 158/2013, được sửa đổi tại Nghị định 28/2017 đối với hành vi quảng cáo dưới hình thức bác sĩ, dược sĩ, nhân viên y tế có nội dung mô tả thực phẩm có điều trị bệnh

Phạt tiền từ 20 triệu đến 30 triệu đồng đối với hành vi Quảng cáo thực phẩm dưới hình thức bài viết, thư cảm ơn của bệnh nhân để quảng cáo thực phẩm.

PV