TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

TPCN Cumargold: Có tác dụng như thuốc chữa bệnh?

19:21 07/04/2019

Dù Cumargold chỉ là thực phẩm chức năng (TPCN) nhưng Công ty Cổ Phần Dược Mỹ Phẩm CVI (Cty CVI) lại vô tư quảng cáo sản phẩm này như thuốc chữa bệnh trái quy định và gây hiểu nhầm tai hại cho người sử dụng.

“Hoa mắt chóng mặt” với quảng cáo

Tòa soạn Thương hiệu và Công luận nhận được thông tin phản ánh của bạn đọc về việc trên một số website, mạng xã hội có giới thiệu về thực phẩm bảo vệ sức khỏe Cumargold được quảng cáo như một loại thuốc có tác dụng chữa bệnh.

Cụ thể, trên website: https://cumargold.vn/ do Cty CVI quảng cáo với đủ các loại công năng như một loại thuốc có khả năng chữa bệnh. Theo khảo sát, trên web liên tục đăng tải nhiều bài viết và sử dụng từ ngữ lập lờ, dễ gây lầm tưởng cho khách hàng rằng sản phẩm của công ty là thuốc chữa đau dạ dày. Với dòng quảng cáo “Rất nhiều bệnh nhân bị viêm loét dạ dày không chỉ mới chớm hay lâu năm, nhiều trường hợp 10 năm, 20 năm thậm chí là 40 năm sau khi sử dụng CumarGold theo đúng liệu trình được khuyến cáo đã không còn bệnh viêm loét dạ dày...”.

“Truyền thông sục sôi về sự ra đời của CumarGold, hàng loạt các đài truyền hình lớn như VTV, truyền hình TP Hồ Chí Minh HTC, truyền hình VOV hay đài tiếng nói Việt Nam ở Hoa Kỳ đều dành thời lượng lớn đưa tin về sự kiện quan trọng này”, website này viết.



Tại website sử dụng video clip với sự xuất hiện của nhiều phương tiện truyền thông nổi tiếng để nói về thành phần nanocucumin. Liệu những bài viết quảng cáo trên đã được cơ quan chức năng kiểm duyệt hay chưa?

Ngoài ra, để quảng cáo cho sản phẩm này, công ty này còn đăng tải hàng loạt bài viết, chia sẻ nội dung chủ yếu là trước khi sử dụng sản phẩm thì khổ sở về bệnh tật như thế nào, khi sử dụng sản phẩm một thời gian thì bệnh tình thuyên giảm, các triệu chứng do bệnh gây nên dần biến mất và sản phẩm sẽ có tác dụng ngăn ngừa tái phát. Đó cũng chính là lý do để nhân vật viết thư cảm ơn, chia sẻ với người khác. Để thêm tính thuyết phục, những bài chia sẻ đều có tên, tuổi, địa chỉ, hình ảnh cụ thể của nhân vật trải nghiệm.

Trong bài viết: *Chiến thắng ung thư dạ dày bằng dự cảm người lính* có viết, “3 ngày đầu uống CumarGold, ông Số thấy chuyển biến rõ rệt, hết 1 hộp, bụng êm ả, không cồn cào như trước, họng hết đờm, giọng nói trong trẻo….Sau hai tháng, anh bạn dược sỹ của tôi về thăm cũng ngạc nhiên”.

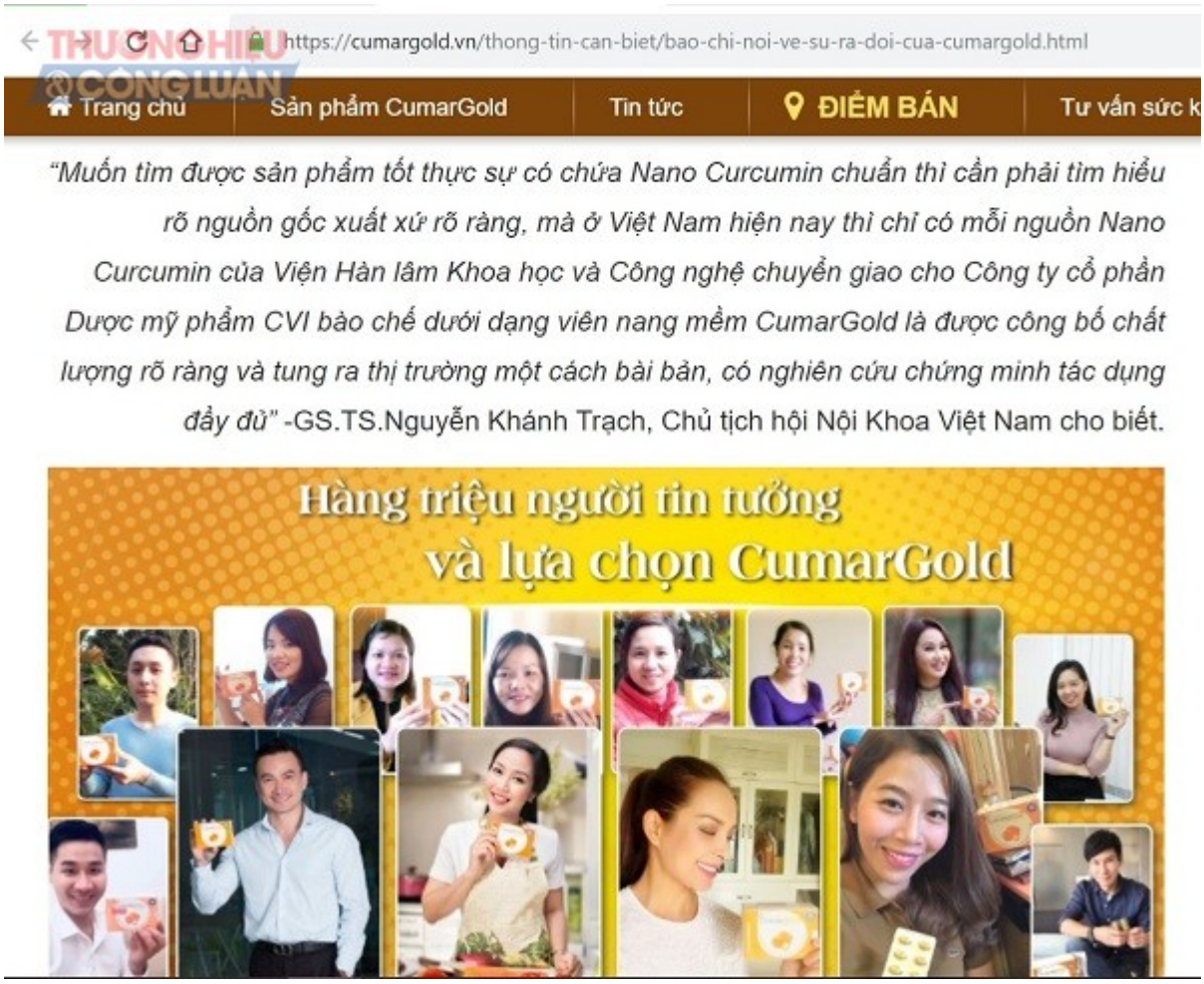


Hàng loạt chia sẻ của khách hàng được "biên soạn" trên website quảng cáo TPCN CumarGold

Hay như bài quảng cáo "Hành trình tìm lại sức khỏe sau hóa trị của cô điều dưỡng" với nội dung: "Hàng ngày cô uống đều đặn 4 viên CumarGold và thêm 2 thìa bột tam thất mỗi sáng. Chỉ sau hơn 1 tháng, những triệu chứng đau dạ dày thuyên giảm, cô ăn uống ngon miệng hơn, cảm giác ợ hơi, ợ chua cũng giảm đáng kể, đặc biệt cảm giác đầy bụng sau khi ăn hầu như biến mất, giấc ngủ kéo dài hơn khiến tinh thần và sức khỏe cô hồi phục rõ rệt. Từ tháng 8/2014 đến nay, sức khỏe cải thiện rõ rệt nhưng cô Nguyễn Thị An vẫn duy trì đều đặn việc uống Cumargold mỗi ngày. Hiện nay, khối u "bằng quả trứng" ở chân, các khối hạch tại cổ và nách của cô cũng nhỏ dần, da dẻ luôn hồng hào, rạng rỡ khiến cả gia đình đều vui mừng".

Theo quy định tại Nghị định số 15/2018/NĐ-CP – hướng dẫn về quảng cáo thực phẩm thuộc phạm vi quản lý của Bộ Y tế, các hành vi bị cấm trong hoạt động quảng cáo thực phẩm gồm: "Nội dung quảng cáo phải phù hợp với công dụng, tác dụng của sản phẩm đã được công bố trong bản công bố sản phẩm. Không sử dụng hình ảnh, thiết bị, trang phục, tên, thư tín của các đơn vị, cơ sở y tế, bác sỹ, dược sỹ, nhân viên y tế, thư cảm ơn của người bệnh, bài viết của bác sỹ, dược sỹ, nhân viên y tế để quảng cáo thực phẩm".

Tuy nhiên, không hiểu vì lý do gì mà các bài viết trên website: https://cumargold.vn/ vẫn ngang nhiên sử dụng, hình ảnh và tên tuổi của GS.TS. Nguyễn Khánh Trạch, Chủ tịch hội Nội Khoa Việt Nam để nói về sản phẩm?



Việc sử dụng tên tuổi cơ sở y tế, bác sỹ, dược sỹ, nhân viên y tế, thư cảm ơn của người bệnh, bài viết của bác sỹ, dược sỹ, nhân viên y tế để quảng cáo thực phẩm là vi phạm quy định (Ảnh chụp màn hình)

Song song với việc sử dụng hình ảnh của bác sỹ, cơ sở y tế để đánh bóng thương hiệu, DN còn khẳng định chắc nịch rằng "CUMARGOLD - Thương hiệu chính hãng được hàng triệu người tin tưởng sử dụng". Chưa hết, trên website này còn viện dẫn nhiều nội dung và hình ảnh của nhiều người nổi tiếng để thuyết phục NTD.

Sự thật về Cumargold - Nano Curcumin

Theo tìm hiểu của PV, Cumargold - Nano Curcumin là thực phẩm chức năng (TPCN) có số xác nhận công bố: ATTP số 4795/2016/ATTP-XNCB, ngày 7/3/2016 do Công ty Cổ phần Dược Trung ương Midiplantex sản xuất và được tiếp thị phân phối bởi Công Ty Cổ Phần Dược Mỹ Phẩm CVI (địa chỉ Phòng 303, nhà B, số 352 Giải Phỏng, Phường Phương Liệt, Quận Thanh Xuân, Hà Nội).



BỘ Y TẾ
CỤC AN TOÀN THỰC PHẨM

Số: 4795/2016/ATTP-XNCB

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Hà Nội, ngày 07 tháng 03 năm 2016

XÁC NHẬN CÔNG BỐ PHÙ HỢP QUY ĐỊNH AN TOÀN THỰC PHẨM

Cục An toàn thực phẩm xác nhận công bố phù hợp quy định an toàn thực phẩm của:

Tên tổ chức, cá nhân: CÔNG TY CỔ PHẦN DƯỢC MỸ PHẨM CVI

Địa chỉ: Phòng 303, nhà B, số 352 Giải Phóng, Phường Phương Liệt, Quận Thanh Xuân, Thành Phố Hà Nội

Điện thoại: 0436686938 *Fax:*

Email: info@cvi.vn

Cho sản phẩm: Thực phẩm bảo vệ sức khỏe Viên nang mềm Cumargold

Sản phẩm trên thuộc nhóm Thực phẩm bảo vệ sức khỏe do Công ty Cổ phần Dược Trung ương Mediplantex; Địa chỉ: 358 đường Giải Phóng - quận Thanh Xuân – Hà Nội., Việt nam sản xuất phù hợp quy định an toàn thực phẩm.

Xác nhận công bố do Cục An toàn thực phẩm - Bộ y tết cấp chỉ rõ sản phẩm CumarGold chỉ làm sản phẩm thuộc nhóm Thực phẩm bảo vệ sức khỏe chứ hoàn toàn không thể thay thế thuốc chữa bệnh

Ngoài ra, trong "Giấy xác nhận nội dung quảng cáo" số 01598/2016/XNQC-ATTP, do Cục An toàn Thực phẩm (Bộ Y tế) cấp ngày 04/08/2016 cho tổ chức, cá nhân là Công Ty Cổ Phần Dược Mỹ Phẩm CVI thì sản phẩm Cumargold được quảng cáo dưới các hình thức quảng cáo, như: Quảng cáo trên các website; quảng cáo bằng băng rôn; quảng cáo bằng màn hình điện tử; quảng cáo trên báo chí; quảng cáo bằng biển, bảng, pa nô; quảng cáo tại các nhà chờ, điểm bán vé xe buýt; sử dụng trong hội thảo, hội nghị, sự kiện, nhà thuốc...

Cũng trong nội dung maket được Cục An toàn Thực phẩm (Bộ Y tế) duyệt đính kèm theo Giấy xác nhận nội dung quảng cáo cấp cho Cty CVI chỉ là thực phẩm chức năng có tác dụng Hỗ trợ điều trị viêm loét dạ dày, tá trang; Giúp giảm viêm xung huyết, lành nhanh vết loét giảm nhanh viêm đau dạ dày.

Tuy nhiên thực tế, sản phẩm Cumargold lại đang được quảng cáo bằng những lời "có cánh" khiến người dân, nhất là những người mắc bệnh mãn tính, lâu năm rất dễ bị hiểu nhầm và “sập bẫy”. Hậu quả là vừa tốn tiền điều trị, vừa mua đủ loại TPCN với hy vọng chữa khỏi căn bệnh luôn khiến bản thân khó chịu, nhưng chưa chắc đã khỏi lại còn “tiền mất tật mang”.

Như vậy, với những hành vi nêu trên, liệu DN quảng cáo sản phẩm Cumargold có đang vi phạm các quy định về quảng cáo thực phẩm chức năng nói riêng và Luật Quảng cáo nói chung? Và câu hỏi được đặt ra là trách nhiệm thuộc về cơ quan quản lý nhà nước nào?

Tại Khoản 4, Điều 5, Nghị định 181/2013/NĐ-CP về việc Hướng dẫn chi tiết thi hành một số điều của Luật quảng cáo 2012 cũng nêu rõ: “Không được quảng cáo thực phẩm chức năng gây hiểu nhầm sản phẩm đó là thuốc”.

T.N