

Ügyiratszám: MN/5624-9/2012.

Ügyintéző: **személyes adat**

Tárgy: a burkolt kereskedelmi közlemény közzétételének tilalmára vonatkozó rendelkezés megsértése

A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanácsának

851/2012. (V.9.) számú

HATÁROZATA

A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanácsa (a továbbiakban: **Médiatanács**) a **Személyes adat** által képviselt **MTM-SBS Televízió Zrt.-vel** (TV2, 1145 Budapest, Róna u. 174.; a továbbiakban: **Médiaszolgáltató**) szemben hivatalból lefolytatott eljárásában megállapította, hogy a Médiaszolgáltató TV2 csatornáján 2012. január 4-én a 11:25:00-kor kezdődött ajánló egyik szegmensében, a „*DAKAR 2012*” című műsor előzetesét követően közzétett támogatói üzenettel megsértette a burkolt kereskedelmi közlemény közzétételének tilalmára vonatkozó törvényi rendelkezést, amely miatt a Médiaszolgáltatót

50.000 ,-Ft, azaz ötvenezer forint bírság megfizetésére kötelezi.

A Médiaszolgáltató a bírságot e határozat közlését követő hét napon belül köteles megfizetni a Médiatanács Magyar Államkincstár által vezetett 10032000-00295141-00000024 számú számlájára. A fizetési kötelezettség késedelmes teljesítése esetén a Médiaszolgáltató késedelmi pótlékot köteles fizetni, melynek mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része. Az önkéntes teljesítés elmaradása esetén a Médiatanács a Médiaszolgáltatóval szembeni bírság igényét közigazgatási úton érvényesíti.

E határozat ellen fellebbezésnek nincs helye. A határozat felülvizsgálata a határozat közlésétől számított 30 napon belül a Fővárosi Törvényszékhez címzett, a Médiatanácsához három példányban benyújtott keresetlevéllel kérhető. A keresetlevél benyújtásának e határozat végrehajtására halasztó hatálya nincs, a keresetlevélben a keresettel támadott határozat végrehajtásának felfüggesztése a bíróságtól kérhető. A keresetet a bíróság a beérkezést követő naptól számított 30 napon belül tárgyalás tartása nélkül bírálja el, a keresetlevélben tárgyalás tartása kérhető.

I n d o k o l á s

A Médiatanács a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvény (a továbbiakban: **Mttv.**) 167. § (1) bekezdésében foglalt általános hatósági felügyelet keretében, hivatalból vizsgálta a Médiaszolgáltató TV2 csatornájának 2012. januári műsorfolyamát, és az alábbiakat tapasztalta.

2012. január 4-én a Médiaszolgáltató TV2 csatornáján a 11:25:00-kor kezdődött AJÁNLO egyik szegmensében - a „DAKAR 2012” című műsorszám előzetesét követően - a következő hangzott el:

„Partnerünk a Syoss Men. Professzionális hajformázás és hajápolás férfiaknak.” Ez alatt a képen a következő jelent meg:



A hatósági ellenőrzés megállapításai alapján felmerült a sajtószabadságról és a médiatartalmak alapvető szabályairól szóló 2010. évi CIV. törvény (a továbbiakban: **Smtv.**) 20. § (3) bekezdésének sérelme.

A közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: **Ket.**) 29. § (1) bekezdésében foglaltak alapján, a Médiatanács az Mttv. 182. § c) pontjában foglalt hatáskörében hivatalból 2012. március 21-én hatósági eljárást indított a Médiaszolgáltatóval szemben, melyről 540/2012. (III.21.) számú, MN/5624-4/2012. ügyiratszámú végzésében a Ket. 29. § (3) bekezdés a) pontja alapján, a Ket. 29. § (5) bekezdés szerinti tartalommal értesítette a Médiaszolgáltatót, tájékoztatta a hatósági ellenőrzés megállapításairól, valamint felhívta a figyelmét arra, hogy az eljárás során nyilatkozattételi és a Ket. 68. § (1) bekezdése alapján iratbetekintési jog illeti meg.

A Médiaszolgáltató - megfelelően igazolt jogi képviselője útján - 2012. április 16-án érkezett nyilatkozatában előadta, hogy **üzleti titok**.

A Médiatanács a rendelkezésre álló adatok, különösen a hatósági ellenőrzés megállapításai és a Médiaszolgáltató nyilatkozata alapján az alábbi tényállást állapította meg, és azt az alábbiak szerint értékelte:

Az Smtv. 20. § (3) bekezdése kimondja, hogy „a burkolt kereskedelmi közlemény médiatartalomban történő közzététele tilos”.

Az. Mttv. 203. § 4. pontja értelmében a burkolt kereskedelmi közlemény „olyan kereskedelmi közlemény, amelynek közzététele természetét tekintve megteveszti a közönséget. Burkolt

reklámnak minősülhet a kereskedelmi közlemény céljait szolgáló közlemény abban az esetben is, ha nem ellenszolgáltatás fejében került közzétételre.”

Az. Mttv. 203. § 20. pontja határozza meg a kereskedelmi közlemény fogalmát: *„olyan médiatartalom, amelynek célja gazdasági tevékenységet folytató természetes vagy jogi személy, illetve jogi személyiséggel nem rendelkező gazdasági társaság árujának, szolgáltatásának vagy arculatának közvetlen vagy közvetett népszerűsítése. Az ilyen tartalmak fizetés vagy hasonló ellenszolgáltatás ellenében, vagy önreklámozás céljából kísérik a médiatartalmakat, vagy szerepelnek abban. A kereskedelmi közlemény formái közé tartozik többek között a reklám, a támogatást nyújtó nevének, védjegyének, arculatának vagy termékének megjelenítése, a televíziós vásárlás és a termék megjelenítés”.*

Az. Mttv. 203. § 63. pontja határozza meg a támogatás fogalmát: *„olyan hozzájárulás, amelyet valamely vállalkozás nyújt valamely médiaszolgáltató vagy műsorszám finanszírozására azzal a céllal, hogy népszerűsítse nevét, védjegyét, arculatát, tevékenységét vagy termékeit”.*

Az. Mttv. 203. § 59. pontja szerint a reklám *„olyan - műsorszámnak minősülő - közlés, tájékoztatás, illetve megjelenítési mód, amely valamely birtokba vehető forgalomképes ingó dolog - ideértve a pénzt, az értékpapírt és a pénzügyi eszközt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket -, szolgáltatás, ingatlan, vagyoni értékű jog értékesítésének vagy más módon történő igénybevételenek előmozdítására, vagy e céllal összefüggésben a vállalkozás neve, megjelölése, tevékenysége népszerűsítésére vagy áru, árujelző ismertségének növelésére irányul”.*

A reklám és a támogatás is a kereskedelmi közlemény egy-egy fajtája, melynek célja - az Mttv. 203. § 20. pontjában rögzített fogalom-meghatározásból kiindulva - áru, szolgáltatás vagy arculat közvetlen vagy közvetett népszerűsítése. A két jogintézmény rokon jegyei azonban nem adnak lehetőséget azok összemosására. A reklám az egyszerű népszerűsítésen túl azt a célt is szolgálja, hogy többletinformáció közlésével vásárlásra, illetve szolgáltatás igénybevételeire ösztönözze a közönséget.

Az Mttv. 203. § 63. pontja alapján a támogatás célja a támogatást nyújtó nevének, védjegyének, arculatának, tevékenységének vagy termékeinek népszerűsítése. Az Mttv. 26. § (2) bekezdése szerint a támogató megnevezése történhet a támogató vagy az általa megjelölt más vállalkozás neve, védjegye és egyéb, a támogatóra vagy az általa megjelölt más vállalkozásra utaló jelzés, termékére, tevékenységére vagy szolgáltatására való utalás vagy ezek megkülönböztető jele, logója közzétételével, illetve feltüntetésével.

A támogatót az előbbi rendelkezés alapján nem kell cégszerűen megnevezni, és a törvény nem tiltja, hogy az Mttv. 26. § (2) bekezdésében felsorolt *„azonosítók”* a támogató vállalkozás reklámfilmjével azonos módon (abból vett részlettel) jelenjenek meg a támogató megnevezésében, ha a Médiaszolgáltató ügyel arra, hogy ezáltal a burkolt kereskedelmi közlemény fogalmi elemei nem valósulnak meg.

Burkolt kereskedelmi közleménynek az Mttv. 203. § 4. pontja alapján olyan kereskedelmi közlemény tekintendő, amelynek közzététele természetét tekintve megtéveszti a közönséget. Megtévesztő lehet a kereskedelmi közlemény, amely olyan kontextusban kerül bemutatásra, amelyben a közönség annak valódi természetét képtelen felismerni.

Természetét tekintve megtévesztő a támogatói üzenet például akkor, ha reklámüzenetnek minősülő állítások szerepelnek benne a támogató termékével/szolgáltatásával kapcsolatban, termék/szolgáltatás részletes leírását tartalmazza, vagy olyan reklámszlogent jelenít meg, amely felhív, vagy ösztönöz a támogató termékének/szolgáltatásának megvásárlására.

Burkolt reklámozást valósít meg tehát a támogatói üzenet, ha olyan információt tartalmaz, amely nem tartozik szükségszerűen a megjelenítéshez, ugyanakkor vásárlásra ösztönző jellege megállapítható.

A Médiaszolgáltató nyilatkozatában utalt az Smtv. 20. § (9) bekezdésében foglaltakra is, mely szerint „*a médiaszolgáltatásban közzétett, támogatott médiatartalom nem ösztönözhet, és nem hívhat fel a támogató vagy az általa meghatározott harmadik személy termékének beszerzésére vagy szolgáltatásának igénybevételére, illetőleg az attól való tartózkodásra*”. Az előbbi rendelkezés azt rögzíti, hogy a támogatott műsorszám nem ösztönözhet, és nem hívhat fel a támogató vagy az általa meghatározott harmadik személy termékének beszerzésére vagy szolgáltatásának igénybevételére, illetőleg az attól való tartózkodásra. Jelen eljárás tárgyát azonban a támogatói üzenetben (és nem a támogatott műsorszámokban) megjelent reklámjelleggel rendelkező információ képezte, így az Smtv. 20. § (9) bekezdésében foglalt előírás a vizsgált támogatói üzenetben szereplő burkolt reklám megvalósulása során jelentőséggel nem bír.

A vizsgált támogatói üzenet túllépte a támogató megjelenítésének a fentiekben rögzített feltételeit, burkolt kereskedelmi közleménynek megfelelő tartalmat hordozott magában, mivel a támogató megjelenítése során reklámértékű információ is közlésre került („*Professzionális hajformázás és hajápolás férfiaknak is **hihetetlenül vonzó áron***”).

A támogatói üzenet megtévesztő volta abban nyilvánult meg, hogy a néző a támogatói üzenet részének tekinthette az egyébként reklámjelleggel rendelkező információkat. A közzétett információ a támogató termékeinek egyik előnyére hívta fel a figyelmet, ezáltal alkalmas volt arra, hogy a terméket vonzóvá tegye a nézők számára, így annak igénybevételére ösztönözhatték őket.

Mivel a támogatói üzenetekben burkolt kereskedelmi közleménynek megfelelő tartalom jelent meg, a Médiaszolgáltató TV2 csatornáján 2012. január 4-én sugárzott támogatói üzenettel megsértette az Smtv. 20. § (3) bekezdésében foglaltakat.

A Médiatanács a jogsértés miatt alkalmazandó jogkövetkezmény fajtájának és mértékének meghatározása során az alábbi szempontokat vette figyelembe.

A Médiatanács az Smtv. 20. § (3) bekezdésében foglalt rendelkezés megsértését a Médiaszolgáltatóval szemben 2011. január 1-jét követően két esetben - jelen ügytől eltérő tényállások alapján - állapította meg. A Médiatanács a 384/2012. (II.22.) és 415/2012. (II.29.) számú határozataiban az Mttv. 186. § (1) bekezdése szerinti felhívás jogkövetkezményt alkalmazta a Médiaszolgáltatóval szemben.

A Médiatanács a jelen törvénysértés miatt az Mttv. 186. § (3) bekezdésében foglaltakra hivatkozva nem alkalmazta az Mttv. 186. § (1) bekezdése szerinti felhívás jogkövetkezményt, mivel az jelen esetben az ügy összes körülményeire tekintettel nem alkalmazható, illetve nem lett volna alkalmas a jogsértés megszüntetésére vonatkozó kötelezettség kikényszerítésére hatékony eszköz.

A Médiatanács az Mttv. 187. § (3) bekezdése szerinti jogkövetkezmények közül a bírság szankciót ítélte a legalkalmasabbnak arra, hogy a Médiaszolgáltatót visszatartsa az esetleges további jogsértések elkövetésétől, és úgy ítélte meg, hogy a mérlegelés során meghatározott összegű bírság már kellő visszatartó erővel bír.

A jogkövetkezmény alkalmazásának alapját az Mttv. 187. § (2) bekezdése és a (3) bekezdés b) ba) alpontja pontja jelenti:

187. § (2) „A Médiatanács és a Hivatal a jogkövetkezményt - a jogsértés jellegétől függően - a jogsértés súlyára, a jogsértés ismételtségére, folyamatosságára, időtartamára, a jogsértéssel elért vagyoni előnyre, valamint a jogsértéssel okozott érdeksérelemre, az érdeksérelemet szenvedett és veszélyeztetett személyek számára, illetve a jogsértéssel okozott kárra és a jogsértés piacra gyakorolt hatására, továbbá az egyedi ügyben értékelhető, egyéb szempontokra tekintettel állapítja meg.

(3) A Médiatanács és a Hivatal - a (7) bekezdés figyelembevételével - a következő jogkövetkezmények alkalmazására jogosult:

b) bírságot szabhat ki a jogsértővel szemben az alábbi összeghatárok szerint:

ba) JBE médiaszolgáltató és a médiapiaci koncentráció korlátozására vonatkozó szabály által érintett médiaszolgáltató jogsértése esetén a bírság összege kétszázmillió forintig”

A Médiatanács a jogkövetkezmény fajtájának és mértékének megállapítása során az Mttv. 187. § (2) bekezdésében rögzített mérlegelési szempontok közül a jogsértés súlyát vette figyelembe.

Figyelemmel arra, hogy a korábbi (384/2012. (II.22.) 2011. november 4. „Esküdj!”) és a jelen törvénysértés között mindössze két hónap telt el, a Médiatanács jelen esetben a burkolt kereskedelmi közlemény közzétételének tilalmára vonatkozó törvényi rendelkezés megsértését nem értékelte csekély súlyúnak.

Az Mttv. 187. § (2) bekezdésében meghatározott további mérlegelési szempontok a jelen kötelezettségszegés tekintetében nem voltak értékelhetők.

A Médiatanács a bírság kiszabásakor külön tekintettel volt arra, hogy az esetleges ismételt jogsértés esetén alkalmazandó bírságszankció megállapításánál érvényesülhessen a fokozatosság elve, azaz az ismétléssel járó növekvő progresszivitás és a szankcionálás kiszámíthatósága, előreláthatósága.

A Médiatanács a fentiek okán az Mttv. 182. § c) pontja szerinti hatáskörében - tekintettel arra, hogy a Médiaszolgáltató a Médiatanács 1326/2011. (X. 5.) számú határozata alapján JBE médiaszolgáltatónak minősül - az Mttv. 187. § (3) bekezdés ba) alpontja alapján a maximálisan kiszabható bírság 0,025%-ának megfelelő összegű, azaz 50.000,-Ft bírságot szabott ki a Médiaszolgáltatóval szemben.

A hatósági eljárás során a Ket. 153. § (2) bekezdésében foglalt rendelkezés szerinti eljárási költség nem merült fel.

A jogorvoslatról szóló tájékoztatás a Ket. 72. § (1) bekezdés da) pontján, valamint az Mttv. 163. § (1) és (3) bekezdésén, valamint a 164. §-on alapul. A tárgyalás tartására vonatkozó tájékoztatás a polgári perrendtartásról szóló 1952. évi III. törvény (Pp.) 338. § (2) bekezdésén alapul.

Budapest, 2012. május 9.

a Médiatanács nevében

Szalai Annamária
elnök

dr. Auer János
hitelesítő tag

Kapják:

1. Személyes adat