

Ügyiratszám: MN/15423-8/2015.

Ügyintéző: **személyes adat**

Email: **személyes adat**

Tárgy: a burkolt kereskedelmi közlemény közzétételét tiltó törvényi rendelkezés megsértése

A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanácsának

1217/2015. (IX. 1.) számú

HATÁROZATA

A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanácsa (a továbbiakban: Médiatanács) **személyes adat** által képviselt TV2 Média Csoport Kft.-vel (1145 Budapest, Róna u. 174., a továbbiakban: Médiaszolgáltató) szemben hivatalból lefolytatott eljárásában megállapította, hogy a Médiaszolgáltató a TV2 csatornán 2015. március 24-én sugárzott Mokka című műsorszám közzétételekor megsértette a burkolt kereskedelmi közlemény közzétételét tiltó törvényi rendelkezést, ezért a Médiaszolgáltatót

500 000 Ft, azaz ötszázezer forint bírsággal sújtja.

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 bírságfizetési 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 az annak közlésétől számított 30 napon belül a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bírósághoz címzett, de a Médiatanácsához (1088 Budapest, Reviczky utca 5.) három példányban benyújtott keresetlevéllel kérhető. A keresetlevél benyújtásának e határozat végrehajtására halasztó hatálya nincs, a keresettel támadott hatósági határozat végrehajtásának felfüggesztése és a tárgyalás tartása a bíróságtól kérhető. A keresetet a bíróság 30 napon belül bírálja el.

INDOKOLÁS

A Médiatanács rendszeresen ellenőrzi a kereskedelmi közlemények szabályainak érvényesülését a Médiaszolgáltató saját gyártású műsoraiban. A TV2 csatornán 2015. március 24-én sugárzott Mokka című műsorszám hatósági ellenőrzése során a Médiatanács a következőket észlelte:

A műsorszám 8:33:46 és 8:42:17 óra közötti szegmensében stúdióbeszélgetés volt hallható „A legnépszerűbb édesség, a csoki” címmel.

A műsorvezető (Kárász Róbert) bevezetőjében elmondta, hogy „(...) *Manapság már sokféle ízű és formájú csokoládét ismerünk, így mindenki megtalálja a számára a legmegfelelőbbet.*”, majd bemutatta a vendégeket: Kertész Péter Arnoldot, a Mondelez Hungária Kft. és a Győri Kecs

kommunikációs igazgatóját, valamint Liptai Claudiát és Till Attilát, a Mondelez Hungária Kft. és a Győri Keksz kampányarcai.

A műsorvezető és a vendégek először általánosságban beszélgettek a csokoládéről, valamint kedvenc édességeikről, majd Liptai Claudia ekképpen folytatta: „Szerintem a mai magyar mentalitásunkhoz igenis közel áll (...) a két, tök különböző íz párosítása. Az a tapasztalatom, hogy a sósat és az édeset elegyítő fajtát, azt nagyon-nagyon szereti mindenki.”

Kárász Róbert az alábbi szavakkal fordult a kommunikációs igazgatóhoz: „Az édességipar az utóbbi években már nagyon elmozdult ebbe az irányba, és gondolom, a gyártónak lépést kell tartani ezzel a változással.”

Kertész Péter Arnold elmondta, hogy „Ez így van. A fogyasztók várják tőlünk, hogy időről-időre újdonságokkal álljunk elő. Az a csoki, a népszerű lilatehenes csokoládé, amit mi csinálunk, az (...) százöt éve erre a folyamatos megújulásra képes. (...) Most jöttünk ezzel a gondolattal, hogy mi lenne, hogyha ötvöznénk a kekszet és a csokit, mind a kettőben mi vagyunk Európában a legnagyobbak. A legjobb csokijaink, a legjobb kekszeink vannak, házassítuk össze!”

A beszélgetés a továbbiakban a gyerekkori élményekre, a házilag készített kekszre és csokoládés süteményekre terelődött.

A műsorvezető kérdésére, miszerint melyek a legnépszerűbb csokoládék, a cég kommunikációs igazgatója kifejtette, hogy „Nehéz így megmondani. (...) a közelmúltban, pont az a csokoládé, amiről beszélünk, ez nagyon sok újdonsággal és innovációval jelent meg. Volt olyan verziója (...), karamell-ízesítésű, az nagy siker volt, volt olyan, ami kicsit buborékos volt, az is nagyon bejött a fogyasztóknak. És azt látjuk, hogy amit most Székesfehérváron gyártunk, ez a kekszes táblás csoki, az nagyon nagy siker és nagyon-nagyon szeretik a fogyasztóink.”

A riporter ezt követően a nemzetközi visszajelzésről érdeklődött. Kertész Péter Arnold ekképpen reagált: „(...) Pontosan ezért telepítettünk három gyártósort Székesfehérvárra, mert először csak Nyugat-Európában kezdtük, és annyira nagy siker volt ez az új termék, ez a kekszes változat, a sós kekszes és az édes kekszes is, hogy folyamatosan nőtt az igény. (...) És aztán végre megérkezett Magyarországra is, ez alkalomból kértük fel Tillát és Claudiát arra, hogy akkor azt népszerűsítsék itthon még jobban.”

Kárász Róbert kérdésére, miszerint „Mi a ti feladatotok?”, Till Attila kifejtette: „(...) különböző közösségi oldalakon, fotókon keresztül (...)”, majd Liptai Claudia folytatta: „(...) furcsa, meglepő fotókat kellett csinálnunk, ami a két íznek a párosítását hozza vissza, ahogy mi is mennyire különbözőek vagyunk. (...) Az a lényeg, hogy meglepő legyen, valami olyasmi, hogyha beleharapsz ebbe a csokoládéba, akkor meglepetésként ér az íz.”

A műsorvezető a következő szavakkal fordult a kommunikációs igazgatóhoz: „Most, hogy Claudiáék említik (...) a keksz és a csoki ötvözete. (...) ez a keksz alapvetően sós?”, aki válaszában kifejtette, hogy „Van sós és édes is. Több verzió van. A gyárban alapvetően három változatát használjuk, abból két édes és egy sós. Amúgy ezt a sós kekszet, annak a nagy testvérét is a székesfehérvári gyárban gyártjuk.”

A beszélgetés további részében a székesfehérvári üzemről esett szó, majd a szegmens Kertész Péter Arnold szavaival zárult: „(...) ha már szóba került: az a befektetés, amit tavaly átadtunk, ez a három gyártósor, az olyan nagyságrendű befektetés volt, amit autóipari beruházások idején szoktunk hallani. Tizenegymilliárd forintot fektetett be a cég, ez bődületes szám az édességiparban.”

A műsorrésszel kapcsolatban felmerült a sajtószabadságról és a médiatartalmak alapvető szabályairól szóló 2010. évi CIV. törvény (a továbbiakban: Smtv.) 20. § (3) bekezdésének megsértése, ezért a Médiatanács a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános

szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: **Ket.**) 29. § (1) bekezdése alapján, az Mttv. 182. § c) pontjában foglalt hatáskörében 2015. június 23-án hivatalból hatósági eljárást indított a Médiaszolgáltatóval szemben: a Ket. 29. § (3) bekezdése szerint a 770/2015. (VI. 23.) számú, MN/15423-4/2015. ügyiratszámú végzésében tájékoztatta a Médiaszolgáltatót a hatósági ellenőrzés megállapításairól és a Ket. 51. § (1) bekezdése szerinti nyilatkozattételi jogosultságáról, valamint a Ket. 68. § (1) bekezdés alapján az iratbetekintés lehetőségéről.

A Médiaszolgáltató az eljárás megindításáról értesítő végzést a postai térítvevény szerint 2015. június 30-án vette át, nyilatkozata 2015. július 15-én érkezett.

A Médiaszolgáltató előadta, hogy a műsor rész a Médiaszolgáltató két népszerű műsorvezetőjének biztosított megszólalási lehetőséget a nyári hónapok hangulatához illeszkedő könnyed témában. A stúdióbeszélgetés célja az volt, hogy képernyőn, és ezzel együtt a köztudatban tartsa a műsorvezető-gárda két népszerű tagját.

A burkolt kereskedelmi közlemény fogalmából kiindulva kifejtette, hogy csak kereskedelmi közleménynek minősülő médiatartalom közzététele sértheti az Smtv. 20. § (3) bekezdését. Hozzátette, hogy egy közzététel abban az esetben kereskedelmi közlemény, ha célja valamely áru vagy vállalkozás népszerűsítése. Ha ilyen népszerűsítési cél nem bizonyítható, sem kereskedelmi közleményről, sem burkolt kereskedelmi közleményről nem lehet szó.

A Médiaszolgáltató az eljárás megszüntetését kérte.

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

Az Smtv. 20. § (3) bekezdése értelmében *„Burkolt kereskedelmi közlemény médiatartalomban történő közzététele tilos”.*

Az Mttv. 203. § 4. pontja szerint *„Burkolt kereskedelmi közlemény olyan kereskedelmi közlemény, amelynek közzététele természetét tekintve megtéveszti 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 szerint *„Kereskedelmi közlemény: 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”.*

A Médiatanács álláspontja szerint az Mttv. 203. § 4. pontjának helyes értelmezése alapján a burkolt kereskedelmi közlemény olyan közlemény, amelynek közzététele természetét tekintve megtéveszti a közönséget. A definíció második mondatára tekintettel ez lehet burkolt reklám is, melynek nem feltétele az ellenérték fejében történt közzététel, feltétele azonban a kereskedelmi cél.

Az Mttv. 203. § 20. pontja alapján kereskedelmi cél: gazdasági tevékenységet folytató természetes vagy jogi személy vagy jogi személyiséggel nem rendelkező gazdasági társaság árujának, szolgáltatásának vagy arculatának közvetlen vagy közvetett népszerűsítése.

A fentiek alapján a sérelmezett megjelenítés kapcsán a Médiatanácsnak azt kellett vizsgálnia, hogy a médiatartalom kereskedelmi célokat szolgált-e. A kereskedelmi céllal történt közzététel

megítéléséhez a médiatartalom elemzése, a fogyasztókra gyakorolt lehetséges hatások megállapítása szolgál alapul.

A műsorrész elemzése alapján a Médiatanács megállapította, hogy a beszélgetés fókuszában a Mondelez Hungária Kft. és Győri Kecs Kft. tevékenysége és a hozzá kapcsolódó termékcsalád állt. A csokoládéről, a kedvenc ízeiről és töltelégeiről szóló beszélgetés közben a műsorrész bemutatta a képernyőfeliraton (08:35:32-kor és 08:37:30-kor) és a műsorvezető által szóban (08:34:10-kor) is megnevezett vállalkozást: szó esett annak tevékenységéről, táblás csokoládéiról, üzemeiről, legutóbbi beruházásáról, innovációiról. Ennek során elhangzott: „az a csoki, a népszerű lilatehenes csokoládé, amit mi csinálunk, az (...) százöt éve folyamatos megújulásra képes”, „mind a kettőben mi vagyunk Európában a legnagyobbak, a legjobb csokijaink, a legjobb kekszeink vannak”. A táblás csokoládéfajtákról beszélgetve Kertész Péter Arnold elmondta: „nagy siker volt”, „nagyon bejött a fogyasztóknak”, „nagyon nagy siker és nagyon-nagyon szeretik a fogyasztóink”. A cég befektetéseiről az alábbiakat tudhatta meg a közönség: „az a befektetés, amit tavaly átadtunk, ez a három gyártósor, az olyan nagyságrendű befektetés volt, amit autópári beruházások idején szoktunk hallani. Tizenegymilliárd forintot fektetett be a cég, ez bődületes szám az édességiparban”.

Az idézett információk felhívták a figyelmet a cég tevékenységére, termékeire, illetve alkalmasak voltak arra, hogy a fogyasztókban bizalmat ébresszenek e termékek iránt, hiszen elhangzott, hogy a cég csokoládé és kekszek tekintetében is a legjobb Európában.

A Médiatanács álláspontja szerint a Médiaszolgáltató nyilatkozatával ellentétben a fentiek alapján egyértelműen megállapítható, hogy a műsorrész nem a két műsorvezetőt, hanem a beszélgetés harmadik szereplője által képviselt cégeket népszerűsítette, ezt a hatást pedig a közismert médiasztárok bevonása erősíthette.

A közzététel megtévesztő jellege abban állt, hogy a közönség nem reklám, televíziós vásárlás stb. formájában értesült a fentiekéről, hanem egyéb, semlegesnek tűnő műsorszám, stúdióbeszélgetés keretében került sor a megnevezett cégek és termékeik népszerűsítésére.

A Médiatanács megállapította, hogy a Médiaszolgáltató megsértette az Smtv. 20. § (3) bekezdését.

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

Az Mttv. 186. § (1) bekezdése szerint:

„Amennyiben a jogsértés csekély súlyú és ismételtség nem állapítható meg, a Médiatanács, illetve a Hivatal – a jogsértés tényének megállapítása és figyelmeztetés mellett – legfeljebb harminc napos határidő tűzésével felhívhatja a jogsértőt a jogsértő magatartás megszüntetésére, a jövőbeni jogsértésektől való tartózkodásra, illetve a jogszerű magatartás tanúsítására, és meghatározhatja annak feltételeit.”

Az Mttv. 187. § (4) bekezdése szerint:

„(...) ismételtségnek tekintendő, ha a jogsértő a jogerős hatósági határozatban megállapított jogsértő magatartást ugyanazon jogalapon és jogszabályhely tekintetében, ugyanazon tárgykörben, háromszázhatvanöt napon belül ismételtelen megvalósítja, ide nem értve a csekély súlyú törvénysértéseket.

Jelen határozat meghozataláig a Médiatanács az alábbi esetekben állapította meg az Smtv. 20. § (3) bekezdésének megsértését a Médiaszolgáltatóval szemben:

a Médiatanács határozatának száma	a jogsértés elkövetésének időpontja	az alkalmazott jogkövetkezmény
384/2012. (II.22.)	2011. november 4.	Mttv. 186. § (1) (1 alkalom)
415/2012. (II.29.)	2011. szeptember 13.	Mttv. 186. § (1) (1 alkalom)
851/2012. (V.9.)	2012. január 4.	Mttv. 187. § (3) b) 50 000 Ft (1 alkalom)
1347/2012. (VII.18.)	2012. március 24.	Mttv. 187. § (3) b) 100 000 Ft (1 alkalom)
1554/2012. (VIII.29.)	2012. május 14. és 21.	Mttv. 187. § (3) b) 200 000 Ft (2 alkalom)
1796/2012. (X.10.)	2012. június 3., 13., 25., július 5., 14., 25.	Mttv. 187. § (3) b) 200 000 Ft (6 alkalom)
672/2013. (IV.17.)	2012. szeptember 6.	Mttv. 187. § (3) b) 200 000 Ft (1 alkalom)
763/2013. (IV.30.)	2013. január 7.	Mttv. 187. § (3) b) 250 000 Ft (1 alkalom)
1044/2013. (VI. 19.)	2013. február 17.	Mttv. 187. § (3) b) 300 000 Ft (1 alkalom)
1128/2013. (VII.3.)	2013. január 4.	Mttv. 187. § (3) b) 250 000 Ft (1 alkalom)
1259/2013. (VII.24.)	2013. február 19.	Mttv. 187. § (3) b) 350 000 Ft (1 alkalom)
1392/2013. (IX. 11.)	2013. április 16.	Mttv. 187. § (3) b) 400 000 Ft (1 alkalom)
51/2015. (I.13.)	2014. június 18.	Mttv. 187. § (3) b) 450 000 Ft (1 alkalom)
744/2015. (VI. 16.)	2015. február 19.	Mttv. 187. § (3) b) 100 000 Ft (1 alkalom)

Az Mttv. 187. § (4) bekezdése szerinti ismételtség megállapítható: a jogszabályhely megsértését a Médiaszolgáltatóval szemben megállapító 51/2015. (I. 13.) számú és 744/2015. (VI. 16.) számú jogerős határozatok alapjául szolgáló jogsértéseket is a jelenleg tárgyalt jogsértést megelőző háromszázhatvanöt napon belül – 2014. február 19-én, illetve 2014. július 18-án – követte el a Médiaszolgáltató. Az ismételtség megállapításához egyetlen, a tárgyalt jogsértést megelőző háromszázhatvanöt napon belül elkövetett jogsértés miatt hozott jogerős határozat is elegendő.

Az Smtv. 20. § (3) bekezdésének megsértése a fogyasztóvédelmi érdekekre tekintettel, valamint figyelembe véve, hogy a Médiaszolgáltató tizennegyedik alkalommal sértette meg a törvényhelyet, nem értékelhető csekély súlyú törvénysértésként.

A fentiek kizárják az Mttv. 186. § (1) bekezdés szerinti felhívás jogkövetkezmény alkalmazását.

A jogkövetkezmény alkalmazásának alapját az Mttv. 187. § (2) bekezdés és a (3) bekezdés b) 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, személyiségi jogsérelemre 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,

bb) a ba) pont alá nem tartozó médiaszolgáltató jogsértése esetén a bírság összege ötvenmillió forintig terjedhet.”

A Médiatanács a Médiaszolgáltató jogelődjét – az MTM-SBS Televízió Zrt.-t – 1326/2011. (X. 5.) számú határozatával jelentős befolyásoló erővel rendelkező (a továbbiakban: JBE) médiaszolgáltatóként azonosította. A Médiatanács ezt követően 967/2013. (VI. 5.) sz. határozatával az Mttv. 39. §-ának 2012. július 5-i módosítására tekintettel módosította az 1326/2011. (X. 5.) számú határozatát. A Médiatanács 2013-ban az 1432/2013. (IX. 25.) sz. döntésével elfogadott PJ/24797-7/2013. sz. jegyzőkönyvével, valamint 2014-ben a 946/2014. (IX. 30.) sz. döntésével elfogadott PJ/17593-7/2014. sz. jegyzőkönyvével az Mttv. 70. § (6) bekezdése szerint megállapította, hogy a korábban JBE médiaszolgáltatóként azonosított Médiaszolgáltató e minősége nem változott.

A Médiaszolgáltató JBE státuszára tekintettel a jelen eljárásban kiszabható bírság maximális összege az Mttv. 187. § (3) bekezdése ba) pontja értelmében kétszázmillió forint.

Az Mttv. 187. § (2) bekezdésben felsorolt mérlegelési szempontok közül a Médiatanács a jogsértés súlyát és ismételtségét vette figyelembe, a további mérlegelési szempontok, így a jogsértés folyamatossága és időtartama, a jogsértéssel elért vagyoni előny, a jogsértéssel okozott érdeksérelem és kár, a személyiségi jogsérelem, valamint a jogsértés piacra gyakorolt hatása jelen jogsértés vonatkozásában nem voltak értékelhetők.

A Médiatanács – a hatályos szabályozási környezettel összhangban és a kialakított szankcióalkalmazási gyakorlatának megfelelően – az Mttv. 187. § (3) bekezdésében foglalt jogkövetkezmények közül a bírság alkalmazása mellett döntött, mivel a kérdéses jogsértés vonatkozásában e közjogi eszközt ítélte a legalkalmasabbnak arra, hogy a Médiaszolgáltatót visszatartsa a jövőbeni jogsértések elkövetésétől. A Médiatanács úgy ítélte meg, hogy az egyedi ügyben, az ügy sajátosságai mentén végrehajtott mérlegelés alapján megállapított, a jogsértéssel arányos bírság kellő visszatartó erővel rendelkezik a további jogsértések tekintetében.

A Médiatanács a törvényhely megsértése miatt a Médiaszolgáltatóval szemben hozott legutóbbi, 744/2015. (VI. 16.) számú határozatában 100 000 Ft bírság megfizetésére kötelezte a Médiaszolgáltatót. E bírságösszeg meghatározásakor figyelembe vette, hogy a Médiaszolgáltató a Média Mecenatúra programot támogatva, a Filmalappal kötött szerződés alapján vett részt a „Liza, a rókatündér” című magyar film népszerűsítésében.

A jelenlegi esetben a fentihez hasonló, méltányolandó körülmény nem állt fenn, ezért a Médiatanács az 51/2015. (I.13.) számú, burkolt reklámozás miatt 450 000 Ft bírság

megfizetésére kötelező határozatot alapul véve – de ezen összeget a korábbi bírságösszegek meghatározása során követett fokozatosság elve alapján emelve – a maximálisan kiszabható bírság 0,25%-ának megfelelő, azaz 500 000 Ft bírság megfizetésére kötelezte a Médiaszolgáltatót.

Az eljárás során a Ket. 153. §-a 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, illetve a 164. §-on alapul. A tárgyalás tartására vonatkozó tájékoztatás a polgári perrendtartásról szóló 1952. évi III. törvény (Pp.) 338. § (2) bekezdésén alapul.

Budapest, 2015. szeptember 1.

A Médiatanács nevében:

dr. Karas Monika
elnök

dr. Auer János
hitelesítő tag

Kapják:

1.) személyes adat