

A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanácsának 33/2020. (I.14.) számú határozata

Ügyiratszám: MN/29855-8/2019.

Ügyintéző: személyes adat

Telefonszám: személyes adat

E-mail: személyes adat

Tárgy: a termék megjelenítésre vonatkozó
törvényi rendelkezés megsértése

Határozat

A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (a továbbiakban: Hatóság) Médiatanácsa (a továbbiakban: Médiatanács) a **személyes adat** által képviselt Magyar RTL Televízió Zrt.-vel (1222 Budapest, Nagytétényi út 29., a továbbiakban: Médiaszolgáltató) szemben hivatalból lefolytatott eljárásában megállapította, hogy a Médiaszolgáltató az RTL Klub csatornán 2019. szeptember 10-én 6 órától sugárzott „Reggeli” című műsorszám (a továbbiakban: Műsorszám) közzétételekor megsértette azon törvényi rendelkezést, mely szerint a termék megjelenítést tartalmazó műsorszámok nem hívhatnak fel közvetlenül áru megvásárlására vagy szolgáltatás igénybevételére, ezért a Médiaszolgáltatót **200 000 Ft, azaz kettőszázezer forint bírsággal sújtja.**

A Médiaszolgáltató a bírságot e határozat közlését követő hét napon belül köteles megfizetni a Médiatanács Magyar Államkincstárnál vezetett 10032000-00295141-00000024. számú pénzforgalmi számlájára. A bírságfizetési kötelezettség késedelmes teljesítése esetén a Médiaszolgáltató késedelmi pótlékot köteles fizetni, melynek mértéke minden naptári nap után a késedelem, illetve az esedékesség előtti igénybevétel (felszámítás) időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének háromszázhatvanötöd része. Az önkéntes teljesítés elmaradása esetén a Médiatanács a Médiaszolgáltatóval szembeni bírságigényét az adóhatóság útján érvényesíti.

A véglegessé vált döntés ellen annak közlésétől számított harminc napon belül a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bírósághoz (a továbbiakban: **Bíróság**) címzett, de a Médiatanácshoz - a személyesen eljáró ügyfél esetében választása szerint elektronikus vagy postai úton, a jogi képviselő által kizárólag elektronikusan - benyújtott keresetlevéllel közigazgatási per indítható. A keresetlevél benyújtásának a közigazgatási cselekmény hatályosulására nincs halasztó hatálya, az azonnali jogvédelem a Bíróságtól kérhető. Tárgyalás tartása a Bíróságtól kérhető. A keresetet a Bíróság harminc napon belül bírálja el.

Az elektronikus ügyintézés és a bizalmi szolgáltatások általános szabályairól szóló 2015. évi CCXXII. törvény (a továbbiakban: **E-ügyintézési tv.**) alapján elektronikus úton történő kapcsolattartásra kötelezett minden beadványt kizárólag elektronikusan – az E-ügyintézési tv.-ben és végrehajtási rendeleteiben meghatározott módon – nyújthat be a bírósághoz. A Bíróság egyszerűsített perben, a tárgyaláson kívüli elbírálás szabályai szerint jár el.

Indokolás

A Médiatanács a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvény (a továbbiakban: **Mttv.**) 167. § (1) bekezdése szerinti hatósági ellenőrzés keretében vizsgálta a Médiaszolgáltató RTL Klub csatornáján 2019. szeptember 10-én 6 órától sugárzott „Reggeli” című műsorszámot, mellyel kapcsolatban felmerült az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) pontjának megsértése.

A Médiatanács az általános közigazgatási rendtartásról szóló 2016. évi CL. törvény (a továbbiakban: **Ákr.**) 104. § (1) bekezdése alapján az Mttv. 182. § bg) pontja szerinti hatáskörében 2019. november 26-án - hivatalból - közigazgatási hatósági eljárást indított a Médiaszolgáltatóval szemben. A Médiatanács az Ákr. 104. § (3) bekezdése alapján az 1331/2019. (XI.26.) számú, MN/29855-4/2019. ügyiratszámú végzésével (a továbbiakban: **Végzés**) értesítette a Médiaszolgáltatót az eljárás megindításáról és a hatósági ellenőrzés megállapításairól, valamint az Ákr. 5. § (1) bekezdése szerinti nyilatkozattételi jogosultságáról és az Ákr. 33. §-a szerinti iratbetekintési lehetőségéről, valamint kötelezte, hogy a Végzés közlésétől számított 10 napon belül terjessze elő az ügygel kapcsolatos nyilatkozatát.

Az Mttv. 144. § (1) bekezdése szerint a Médiatanács a hatósági ügyekben az Mttv.-ben foglalt eltérésekkel és kiegészítésekkel az Ákr. szerint jár el.

A Médiaszolgáltató a Végzést 2019. november 27-én vette át elektronikusan, nyilatkozata pedig postai úton 2019. december 12-én érkezett meg a Hatósághoz.

A Médiaszolgáltató előadta, hogy nem kötött kereskedelmi megállapodást a **üzleti titok**, ugyanakkor a műsorszámot gyártó cég bizonyos keretek között jogosult erre, így kereskedelmi közlemények (támogatás, termék megjelenítés) elhelyezésére, illetőleg nyereményjátékok bonyolítására is.

A műsorszám gyártása kapcsán a Médiaszolgáltató a **üzleti titok** állt szerződéses kapcsolatban, ennek megfelelően a **üzleti titok** az, aki a „Reggeli” című műsorszám vonatkozásában támogatásról, illetve termék megjelenítésről megállapodhat. A Médiaszolgáltató a műsorszám gyártóját megkereste a Végzésben foglaltakra tekintettel. A cég ugyan nem bocsátott rendelkezésre szerződést, azonban tájékoztatásuk szerint a műsorszámokban a mobilapplikációt termék megjelenítésként szerepeltették.

A Médiaszolgáltató előadta, hogy a „Reggeli” című, hétköznap reggelenként adásba kerülő, információs műsor alappillérei a közvéleményt foglalkoztató napi közéleti és bulvártémák, továbbá a gasztronómia és az aktuális trendek bemutatása, divatirányzatok figyelmekkel kísérese, mely hétfőtől péntekig 6:00 és 9:00 óra között jelentkezik. A műsorszám több egységből épül fel, hosszabb - rövidebb részekből, rovatokból, tematizált beszélgetésekből áll. A vidám környezet és a könnyed hangvétel a hétköznapi rutinfeladatok elvégzéséhez igyekszik ideális háttér-televíziózást teremteni. A reggeli készülődés során, az ébredés és indulás között a nézők inkább egy-egy beszélgetés erejéig kapcsolódnak be a műsorba, kevésbé jellemző, hogy azt az elejétől a végéig a képernyő előtt kövessék nyomon. Ezen átlag-nézői magatartással a műsorkészítők is tisztában vannak, ezért szerkesztik a beszélgetéseket pörgős üteműre.

Rögzítette továbbá, hogy a műsor rendszeresen foglalkozik a mobilitás kérdésével, amire utalt a műsorvezető is a beszélgetés felvezetőjében. Mikor, mivel és hogyan közlekedünk? Miként lehetne racionalizálni mind a közösségi, mind az egyéni közlekedést? A probléma ismételt felvetését a szeptemberi iskolakezdés is aktuálissá tette a kifogásolt napon. Nemcsak bejutni kell egy-egy nagyvárosba, hanem ott leparkolni is tudni kell. A probléma súlyára utal többek között a közelmúlt heves vitája a fővárosi dugódíj bevezetéséről is.

A Médiaszolgáltató álláspontja szerint a kifogásolt szegmens célja - a magazin információs jellegéből adódóan - az volt, hogy a napjainkban egyre akutabb problémát okozó parkolás kérdés járja körül. Nem vitatva a tömegközlekedés előnyeit, mégsem hagyható teljesen figyelmen kívül azok problémája, akik gépkocsival kénytelenek nagyvárosban közlekedni és megállni, parkolni.

Előadta továbbá, hogy a beszélgetés érdekességét adta az az innovatív megoldás, ami akár magyar „világszabadalomnak” is nevezhető. A magyar start-up cég alapötlete mindösszesen annyi volt, hogy ha a nagyvárosi autós lét a közösségi autózás felé megy, akkor miért ne lehetne a parkolást is közösségibbé tenni. A forradalmi megoldás az első ötlettől az utolsó karakterig a szoftver kódjában 100%-osan magyar találmány, hazai fejlesztés. A Médiaszolgáltató úgy véli, hogy ezen, magyar innováció okán is joggal tarthat számot érdeklődésre a szóba került megoldás egy informatív magazinműsorban.

A Médiaszolgáltató rögzítette továbbá, hogy a kifogásolt szegmensben Somogyi Zsolt, a Parkl Kft. alapítója és egyben ügyvezetője volt a vendég, akivel a műsorvezetők a nagyvárosi parkolásról, azok buktatóiról beszélgettek. A képernyő alján a beszélgetés címeként a „*Mindent a mobilparkolásról*”, valamint „*A nagy parkoláskisokos*” volt olvasható, ezzel is orientálva a nézőt az adott témáról. A műsor vendége először definiálta a mobilparkolást, majd szembeállította az automatás parkolással, részletezte különbségüket. A riportalany, mint a téma szakértője kutatási eredményeket, saját méréseken alapuló grafikonokat mutatott be, szemléltetve azt, hogy bár a lakosság nagyobb része rendelkezik már mobil előfizetéssel és online eléréssel, mégis a készpénz használata ebben a körben még mindig általános. Ezen a ponton is egybeesik a start-up fejlesztőinek és a központi adminisztráció célja és szándéka. Azaz a nemzetgazdaságot terhelő készpénzforgalom minél szélesebb körű kiváltása, ami egyszerre szolgálja az állampolgárok kényelmét és fehériti a gazdaságot.

Rögzítette továbbá, hogy az előbbieken ismertetett felvezető után került sor a konkrét megoldás említésére. Az applikáció megnevezésén túl, alkalmazásához szükséges részletek nem kerültek bemutatásra. Az innovációnak pusztán néhány - elsősorban technikai - eleme került szóba, anélkül, hogy akár az alkalmazás, akár az azt fejlesztő start-up cég meg- vagy bemutatásra került volna. Annak ellenére, hogy televíziós műfajról van szó, a Médiaszolgáltató mégsem élt a képi elemekkel. Vagyis a beszélgetés alatt mindvégig a két műsorvezető, valamint a riportalany volt látható. Sem maga az applikáció, sem a megszólaló által képviselt társaság székhelye, lógója, stb. nem került bemutatásra. A díszletben elhelyezett képernyőn is csak és kizárólag semleges képek jelentek meg a háttérben, kellő távolságra a szegmens szereplőitől. Ezzel ellentétes megállapítást a hatósági ellenőrzés sem tartalmaz.

A Médiaszolgáltató úgy gondolja, hogy ennyi konkrétum említése elengedhetetlen egy ilyen innováció felvázolásához, enélkül még a témában járatos néző sem tudná a beszélgetést, annak egyes elemeit mihez kapcsolni. Szilárd meggyőződése, hogy semmi olyan nem hangzott el, ami vásárlásra buzdításként hatott volna, közvetlenül hívott volna fel a szolgáltatás igénybevételére, pusztán megemlítésre kerültek a mobilparkolás előnyei, azok az attribútumok, amik általánosságban a mobilparkolás mellett szólnak a hagyományos, készpénzes megoldásokhoz képest.

A Médiaszolgáltató szerint a Médiatanács végzése a beszélgetés során a vastagon szedett kijelentéseket sérelmezi. Eszerint a kifogás tárgya, hogy a szakértő saját alkalmazásáról beszél,

melyet megnevez. Ezzel kapcsolatban előadta, hogy a szakértő-fejlesztő által elmondottak éppen azáltal hitelesek, hogy saját tapasztalatából kiindulva ad tájékoztatást, a cége által végzett felmérések és statisztikák eredményeit értékeli és von le belőlük hitelt érdemlő következtetést.

A Médiaszolgáltató szerint a szegmensben szereplő beszélgetés elejétől a végéig megőrizte természetes, életszerű jellegét, hiszen a való életben is gyakran előfordul, hogy nagyvárosban szinte lehetetlenség parkolni, miközben számtalan helyen: üres udvarokon, foghíjtelteken, használaton kívüli garázsokban stb. lenne erre lehetőség ügyes szervezéssel. Valós problémára, teljes mértékben magyar alapanyagból adott valós megoldások bemutatása, a Médiaszolgáltató szerint nem lehet olyan, amivel a Hatóság nem értene egyet, ellenkezőleg, mindez igencsak támogatandó eljárás.

A Médiaszolgáltató álláspontja szerint a műsorban szereplők közötti beszélgetéssel, a közölt információkkal a műorszám nem lépett át azon a kereten, amelyet hasonló típusú műsoraikban egyéb hazai csatornák is megjelenítenek, és természetesen a nemzetközi standardoknak is maximálisan megfelelt a feldolgozás módja, a bemutatás részletessége. A műsorban az egyes témák szerepeltetése mindig informatív céllal, és megfelelő tárgyilagossággal történik és történt mindez jelen esetben is, megőrizve a szerkesztői függetlenséget.

A fent előadottak alapján véleménye szerint az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) pontjában foglaltak sérelme nem valósult meg, hiszen a műsor egy kreatív ötletből születő folyamatot, egy előremutató idea megvalósulását igyekezett megmutatni, bemutatva a magyar innováció lényegét, meglévő problémára adva újszerű, előremutató megoldást. A kifogásolt szegmens ezt az újdonságot igyekezett körüljárni, megemlítve annak előnyeit és eddigi gyakorlathoz képest való modernitását. A termék megjelenítést tartalmazó műorszám tehát nem hívott fel közvetlenül áru megvásárlására vagy bérlésére, illetve szolgáltatás igénybevételére.

A Médiaszolgáltató szerint a Parkl Kft. szakértőjének megszólalása mindenben megfelelt az Mttv. szabályainak és a Médiatanács termék megjelenítés szabályainak alkalmazásáról szóló ajánlásában foglaltaknak. A Médiaszolgáltató azt gondolja, hogy teljesen életszerű, és alapinformáció egy informatív magazinban a mobilitással, azon belül a nagyvárosi parkolás anomáliáiról említést tenni, különös tekintettel úgy, hogy a szóba került applikáció meg-, illetve bemutatásra nem került, annak pusztán marginális jellemzői kerültek említésre. Hangsúlyozta, hogy a Parkl márkanév a beszélgetés során mindösszesen egy alkalommal került kiírásra, és három alkalommal került említésre a közel tíz perces beszélgetés alatt, amely oknál fogva sem állítható, hogy a megjelenés közvetlenül hívott volna fel szolgáltatás igénybevételére.

A Médiaszolgáltató az előbbieken alapján kérte a Médiatanácsot, hogy a műorszám kapcsán a közigazgatási hatósági eljárásban hozzon érdemi döntést, és állapítsa meg, hogy törvénysértést nem követett el. Feltéve, de nem elfogadva azt, hogy a hatósági eljárás fentiek ellenére mégis jogsértést tár fel a műorszámmal szemben, úgy bármilyen súlyosabb szankció, így különösen a bírság alkalmazásának mellőzését kérte a fenti okokra, körülményekre és arra különös tekintettel, hogy működését jogkövető magatartás jellemzi.

A Médiatanács a rendelkezésre álló adatok, különösen a vizsgálati jelentés, a Műorszám megtekintése és a Médiaszolgáltató nyilatkozata alapján az alábbi tényállást állapította meg, és azt az alábbiak szerint értékelte.

A Médiaszolgáltató a Műorszám elején és végén termék megjelenítésről szóló figyelemfelhívást alkalmazott. A 7:39:47-7:48:03 közötti szegmensben az alábbiak jelentek meg:

Papp Gergő műsorvezető az alábbiakkal vezette fel a beszélgetést: „(...) *A mobilparkolás egy nagyon fontos téma, amiről most fogunk beszélgetni, úgyhogy Somogyi Zsoltot szeretném ide szólítani magunkhoz, akik nem csak egy egészen különleges rendszert dolgoztak ki, amiről már*

többször is beszámoltunk (...) Már egy komoly felmérés is áll a birtokukban, hogy hányan, hogyan, miért használják. Mit kell tudnunk erről, mennyire veszik igénybe a mobilparkolási lehetőségeket?"



Somogyi Zsolt a Parkl Kft. ügyvezető igazgatójátója elmondta, hogy mi a mobilparkolás, majd ismertette az arra vonatkozó kutatás eredményét (hogyan nőtt a parkolások száma 2014 óta), illetve kitért arra is, hogy bár még általánosabb a készpénzes parkolás, a belvárosban egyre jobban elterjedt a mobilparkolás.

Szabó Zsófi műsorvezető kérdésére, miszerint „Milyen előnyökkel jár a mobilparkolás?”, Somogyi Zsolt ekképpen válaszolt: „(...) Én főleg a saját alkalmazásunkról, a Parkl alkalmazásról tudok beszélni. Egy gyors regisztráció után egyszer beregisztrálunk egy bankkártyát (...), onnantól kezdve, ha megnyitom az alkalmazást, ez bepozicionál a térképen, hogy éppen hol vagyok, tehát nem kell odamennem a fizető automatákhoz, (...) egyből megmondja, hogy a térképen hol állok és az melyik zóna. Egyből megmutatja, hogy az mennyibe fog kerülni (...), elindítom az alkalmazással, (...) be lehet állítani, hogy automatikusan meghosszabbítsa, nehogy az legyen, hogy véletlenül elfelejtem (...). Nagyon egyszerű és kényelmes felületet adunk az autósoknak.”

Papp Gergő kérdésére, miszerint „Ha jól tudjuk, most van olyan akció, aminek a keretében egy szerencsés valaki egészen az év végéig ingyen parkolhat. Miről van szó?”, Somogyi Zsolt elmondta, hogy „itt ugye az a lényeg, hogy szeretnénk ténylegesen az autósoknak átadni azt az élményt, hogy milyen mobilapplikációval parkolni, és hogy mennyire egyszerű ez az egész folyamat (...). Azok, akik a mi alkalmazásunkkal, a Parkl alkalmazással szeptemberben parkolnak, akár egyszer is, közterületen vagy zárt téren- ez fontos amúgy, hogy velünk zárt térben is lehet parkolni -, szeptember végén tartunk egy sorsolást. Azt mondtuk, hogy október, november, december hónapra mi átvállaljuk az összes parkolását annak az egy felhasználónak, akit kisorsolunk.”

Szabó Zsófi: „De jól! (...) Utánaolvastam és egyébként láttam, hogy azt is megmondja, hogy a parkolóházban hol van pontosan szabad hely. Nekem ez a legnagyobb parám, hogy bemegyek valahova, és körözök össze-vissza!” A másik műsorvezető hozzátette: „ez a Parkl-nak a legnagyobb újítása, ugye ez volt az első, amivel Ti előrukkoltatok, a zárt téri parkolás. Miről van szó, akinek esetleg ez újdonság?”

A cég ügyvezetője kifejtette: „Itt az a lényeg szintén, hogyha regisztrálsz a rendszerbe, akkor zárt téri parkolókat is találsz az alkalmazásban. Szintén a térkép megmutatja ezeket a parkolókat, amikor odaérsz a helyszínre, az applikáció segítségével ki tudod nyitni a sorompót. Beparkolsz, és kifele

jövet nem kell odamenned az automatákhoz, hanem szintén az alkalmazással kinyitod a sorompót, és a végén az előre regisztrált kártyáról levonja az összeget.”

A műsorvezető elmondta, hogy: „(...) olyan, amiről nem is gondolnád, hogy bejuthatsz (...)”, Somogyi Zsolt kifejtette: „Igen! Klasszikusan a belvárosban vannak olyan helyszíneink, amik nem rendez parkolóházban vannak, hanem azt mondja egy társasház vagy irodaház, hogy éjszakára kiadja a parkolóhelyét, akkor a belvárosban lehet ott parkolni.”

A Médiatanács felhívására a Médiaszolgáltató úgy nyilatkozott, hogy a műsorszám gyártója a mobilapplikációt termékmegjelenítésként szerepeltette, ezért a Médiatanács a műsorrészt az e kereskedelmi közleményre vonatkozó szabályok mentén értékelte.

Az Mttv. 203. § 68. pontja szerint:

„Termékmegjelenítés: olyan kereskedelmi közlemény, amely terméket, szolgáltatást, ezek védjegyét vagy ezekre való utalást tartalmaz oly módon, hogy az - fizetés vagy hasonló ellenszolgáltatás ellenében - egy műsorszámban vagy felhasználó által létrehozott videóban jelenik meg.”

A termékmegjelenítés tehát a terméknek/szolgáltatásnak fizetés vagy más hasonló ellenszolgáltatás ellenében történő elhelyezése a szerkesztett programban. A termékmegjelenítés a reklámoktól egyrészt abban különbözik, hogy nem a szerkesztett tartalomtól elkülönítve jelenik meg, hanem beépül a műsorszámba, másrészt – az alábbiakban idézett szabály értelmében – nem valósíthat meg direkt reklámozást (közvetlen felhívás).

Az Mttv. 31. § (1) bekezdése értelmében:

„A termékmegjelenítést tartalmazó műsorszámoknak meg kell felelniük az alábbi követelményeknek:

(...)

b) nem hívhatnak fel közvetlenül áru megvásárlására vagy bérlésére, illetve szolgáltatás igénybevételeire,”

A Médiatanács a direkt felhíváson kívül közvetlen felhívásnak tekinti azokat az eseteket is, amikor a műsorszámban a termékmegjelenítés tárgyát képező áru vagy szolgáltatás vonatkozásában olyan információk jelennek meg, melyek a klasszikus reklámokra jellemző módon segítik elő adott termék/szolgáltatás értékesítését. Ilyen információnak minősül többek között a kereskedelmi elérhetőség és ár közzététele, vagy a termék/szolgáltatás előnyeinek, tulajdonságainak ismertetése.

A Médiaszolgáltató azt nyilatkozta, hogy a kifogásolt szegmens célja az volt, hogy a napjainkban egyre akutabb problémát okozó parkolás kérdését járja körül, a műsorvezetők és a vendég a nagyvárosi parkolásról, azok buktatóiról beszélgettek. A Médiatanács ezzel szemben megállapította, hogy a beszélgetés - ahogy az a műsorvezető felvezetőjéből is kiderült - a mobilparkolásról szólt, a riport a Parkl parkolási mobilapplikációt ismertetette és népszerűsítette. A műsorrészben a Parkl Kft. ügyvezetője, Somogyi Zsolt nyilatkozott, aki maga is elismerte, hogy a saját mobilalkalmazásukról fog beszélni („*Én főleg a saját alkalmazásunkról, a Parkl alkalmazásról tudok beszélni.*”), továbbá a Médiaszolgáltató is rögzítette nyilatkozatában, hogy a „*konkrét megoldás*” került említésre. Mindebből következően a Médiatanács megállapította, hogy nem általánosságban a mobilparkolás előnyeit - ahogy azt a Médiaszolgáltató nyilatkozatában értékelte - mutatták be a szegmensben.

Az összeállítás jelentősen meghaladta a termékmegjelenítés fogalmában szereplő „*utalás*” kereteit, az egy konkrét szolgáltatás reklámriportszerű bemutatása volt. A beszélgetés során olyan

többletinformációk hangoztak el, amelyek a reklámokra jellemző módon segítették a Parkl Kft. mobilapplikációjának promócióját.

A vendég műsorvezetői kérdésre kiemelte a parkolási mobilalkalmazásuk előnyeit, pozitív tulajdonságait („Egy gyors regisztráció után (...) ha megnyitom az alkalmazást, ez bepozicionál a térképen (...) tehát nem kell odamennem a fizető automatákhoz (...) egyből megmondja, hogy a térképen hol állok és az melyik zóna. (...) mennyibe fog kerülni, (...) be lehet állítani, hogy automatikusan meghosszabbítsa, (...) Nagyon egyszerű és kényelmes felületet adunk az autósoknak”; „(...) láttam, hogy azt is megmondja, hogy a parkolóházban hol van pontosan szabad hely”). Ezen kívül ismertette a zárt téri parkolás működését is, mely a Parkl Kft. újdonsága (Műsorvezető: „Ez a Parkl-nak a legnagyobb újítása, ugye ez volt az első, amivel ti előrukkoltatok, a zárt téri parkolás.”; *Itt az a lényeg szintén, hogyha regisztrálsz a rendszerbe, akkor zárt téri parkolókat is találsz az alkalmazásban. Szintén a térkép megmutatja ezeket a parkolókat, amikor odaérsz a helyszínre, az applikáció segítségével ki tudod nyitni a sorompót. Beparkolsz, és kifelé jövet nem kell odamenned az automatákhoz, hanem szintén az alkalmazással kinyitod a sorompót, és a végén az előre regisztrált kártyáról levonja az összeget.”).*

A Médiatanács a fentiek kapcsán utal a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság (a továbbiakban: **Bíróság**) 20.K. 29991/2013/7. számú ítéletében foglaltakra, mely – a termék megjelenítés szabályainak megsértését megállapító médiahatósági döntés felülvizsgálata során – megerősítette, hogy a terméktulajdonságok közzlése olyan többllet-információnak tekinthető, amely alkalmas a termék direkt népszerűsítésére.

A Bíróság 24.K.33.803/2013/4. számú ítéletében pedig kimondta, hogy ha a műsorszám sok információt és tulajdonságot közöl a termék megjelenítés tárgyáról, az a reklám fogalmába tartozó árubemutatásként értékelhető.

A Médiaszolgáltató azon megjegyzése, miszerint a bemutatott alkalmazás magyar találmány, mely akár „világszabadalomnak” is nevezhető, a Médiatanács álláspontja szerint nem szolgálhat jogszerű alapul egy gazdasági vállalkozás kereskedelmi célzatú, reklámértékű bemutatására.

Az előbbieken ismertettek túl - műsorvezetői kérdésre - a nézők a cég év végi akciójáról is tudomást szerezhettek, mely szerint azok, akik a Parkl alkalmazással parkolnak akár egyszer is közterületen vagy zárt térben, részt vesznek a szeptember végi sorsolásban. A kisorsolt felhasználó összes parkolását a Parkl Kft. október, november és december hónapban átvállalja. Ezt az információt a Médiatanács - a pozitív tulajdonságok és a zárt téri parkolás ismertetése mellett - szintén közvetlen felhívásnak, azaz a szolgáltatás igénybevételére ösztönzésnek értékelte.

A Médiatanács álláspontja szerint az iméntiek közzlése az összeállításban ellentmond a Médiaszolgáltató nyilatkozatában foglalt azon állításainak is, mely szerint az innovációnak pusztán néhány, elsősorban technikai eleme került szóba, illetve a bemutatás informatív céllal, megfelelő tárgyilagossággal történt. Ebből következően nem helytálló a Médiaszolgáltató azon érvelése sem, hogy semmi olyan nem hangozott el, ami vásárlásra buzdításként hatott volna, közvetlenül hívott volna fel a szolgáltatás igénybevételére.

A Médiaszolgáltató nyilatkozata szerint a Parkl márkanév a beszélgetés során mindösszesen egy alkalommal került kiírásra és három alkalommal említésre a közel 10 perces beszélgetés alatt, amely oknál fogva sem állítható, hogy a megjelenés közvetlenül hívott volna fel a szolgáltatás igénybevételére. A Médiatanács ezzel szemben megállapította, hogy a Parkl márkanév írásban ötször (négy alkalommal az ügyvezető neve mellett, egyszer pedig egy 34 másodpercesen keresztül bemutatott diagramon) került feltüntetésre (07:40:42, 07:41:53, 07:42:36, 07:44:48 és 07:46:25), szóban pedig négyszer (07:40:10, 07:43:42, 07:44:56 és 07:45:32) hangozott el a 8 perc 39 másodperces beszélgetés alatt.

A Fővárosi Törvényszék a 3.Kf.650.033/2014/4. számú ítéletében kifejtette: „A termék megjelenítés és a reklám is a kereskedelmi közlemény egy-egy formája, a kettőjük közötti határvonal különösen a népszerűsítés módjában, formájában, mértékében ragadható meg. A termék megjelenítés reklámhatású nem lehet, azaz nem tartalmazhat a termékkel kapcsolatos üzleti magatartásra való felhívást, nem mozdíthatja elő a vásárlási, igénybevételi szándékot. A jogsértés megítélése során mindig a műsorszám egészéből, az elhangzott állításokból, illetve azok szövegkörnyezetéből kell kiindulni (...). Azt kell értékelni, hogy a nézők mint potenciális fogyasztók kaptak-e semleges információ látszatát keltve ténylegesen reklámtartalmú információt.”

A Médiatanács a Médiaszolgáltató azon érvelésével kapcsolatban, miszerint a reggeli készülődés során a nézők inkább egy-egy beszélgetés erejéig kapcsolódnak be a műsorba, kevésbé jellemző, hogy azt az elejétől a végéig nyomon követik, mellyel a műsorkészítők is tisztában vannak, ezért szerkesztik a beszélgetéseket pörgős üteműre, rögzíti, hogy mindennek a törvénysértés megállapítása során nincs relevanciája.

A Médiatanács a kifejtettek alapján megállapította, hogy a Műsorszámokban ténylegesen reklámhatású információk hangzottak el, ezáltal a Médiaszolgáltató egy alkalommal megsértette az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) pontjában foglalt rendelkezést.

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

Az Mttv. 186. § (1) bekezdésében szabályozott felhívás jogkövetkezmény abban az esetben alkalmazható, ha a jogsértés csekély súlyú és ismételtség nem állapítható meg.

Az Mttv. 187. § (4) bekezdésének első mondata értelmében ismételtségnek az tekintendő, „ha a jogsértő a végleges hatósági határozatban megállapított jogsértő magatartást ugyanazon jogalapon és jogszabályhely tekintetében, ugyanazon tárgykörben, háromszázhatvanöt napon belül ismételtén megvalósítja, ide nem értve a csekély súlyú törvénysértéseket.”

A Médiatanács jelen határozat meghozataláig az alábbi esetekben állapította meg a Médiaszolgáltatóval szemben az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) pontjának megsértését:

Határozat száma	Jogsértés időpontja	Jogkövetkezmény
972/2012. (V. 23.)	2012. február 19.	Mttv. 186. § (1)
507/2016. (V. 3)	2015. december 12.	Mttv. 187. § (3) – 50 000 Ft (1 alkalom)
1036/2016. (VIII. 30.)	2016. április 7. és 8.	Mttv. 187. § (3) – 150 000 Ft (2 alkalom)
28/2017. (I. 10.)	2016. május 5., 6. és 12., 13.	Mttv. 187. § (3) – 400 000 Ft (4 alkalom)
103/2018.(II. 6.)	2017. október 21.	Mttv. 187. § (3) – 100 000 Ft (1 alkalom)
1380/2018. (XII. 18.)	2018. szeptember 7.	Mttv. 187. § (3) – 150 000 Ft (1 alkalom)

Határozat száma	Jogsértés időpontja	Jogkövetkezmény
1123/2019. (IX.10.)	2019. április 6., 13., 20. és 27.	Mttv. 187. § (3) – 800 000 Ft (4 alkalom)

A Médiatanács legutóbb az 1123/2019. (IX.10.) számú határozatában állapította meg a fenti törvényhely megsértését a Médiaszolgáltatóval szemben, mely jogsértés a jelenlegihez képest 365 napon belül történt, tehát fennáll a jogsértés ismételtsége.

A Médiatanács gyakorlatában az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) pontjában foglalt rendelkezés megsértése a fogyasztói érdekekre tekintettel nem tekinthető csekély súlyúnak. A Médiatanács emellett azért sem tekinthette csekély súlyúnak a jogsértést, mert a Médiaszolgáltató az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) pontjában foglalt szabályt nyolcadik alkalommal sértette meg.

Az előbbiekre tekintettel az Mttv. 186. § (1) bekezdésében meghatározott felhívás jogkövetkezménye nem volt alkalmazható.

A jogsértés miatti jogkövetkezmény alkalmazásának alapját az Mttv. 185. § (2) bekezdése, a 187. § (2) bekezdése és a (3) bekezdés b) pontja jelenti.

„185. § (2) A jogkövetkezmény alkalmazása során a Médiatanács és a Hivatal az egyenlő elbánás elvét követve a fokozatosság és az arányosság elvére tekintettel jár el; a jogsértés súlyához, illetve ismétlődéséhez igazodóan alkalmazza a fokozatosság elvét, valamint az eset összes körülményéhez és a jogkövetkezmény által elérni kívánt célhoz képest arányos jogkövetkezményt alkalmaz.

(...)

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 összefüggések 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 Médiaszolgáltatót az 1327/2011. (X. 5.) számú határozatával az Mttv. 70. § (7) bekezdése alapján jelentős befolyásoló erejű (a továbbiakban: **JBE**) médiaszolgáltatóként azonosította. A Médiatanács ezt követően 2019-ben az 1159/2019. (IX. 24.) számú döntésével az Mttv. 70. § (6) bekezdése szerint megállapította, hogy a JBE médiaszolgáltatóként azonosított Médiaszolgáltató JBE minősége nem változott.

A jelen eljárásban kiszabható bírság maximális összege a Médiaszolgáltatóval szemben az Mttv. 187. § (3) bekezdése ba) pontja értelmében kétszázmillió forint.

Figyelemmel arra, hogy a legutóbbi, 1123/2019. (IX.10.) számú határozat vonatkozásában bírósági felülvizsgálat van folyamatban, a jelen jogsértés miatt kiszabandó bírság összegének megállapításánál a Médiatanács az 1380/2018. (XII.18.) számú határozatban meghatározott bírság összegét vette alapul (150 000 Ft egyszeri jogsértésért), és azt arányosan - 50 000 Ft-tal - emelve jelen esetben az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) pontjának 2019. szeptember 10-én egy alkalommal történt megsértése miatt a kiszabható bírságmaximum (kétszázmillió forint) 0,1%-ának megfelelő mértékű, 200 000 Ft bírság megfizetésére kötelezte a Médiaszolgáltatót.

Az Mttv. 187. § (2) bekezdésben felsorolt mérlegelési szempontok közül a Médiatanács a jogsértés nem csekély súlyát és ismételtségét vette figyelembe.

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.

Az adózás rendjéről szóló 2017. évi CL. törvény (a továbbiakban: **Art.**) 206. § (1) bekezdése alapján az adó késedelmes megfizetése esetén az esedékesség napját követő naptól, mint kezdőnaptól, késedelmi pótlékot kell fizetni. Az Art. 209. § (1) bekezdésében foglaltak alapján a késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a késedelem, illetve az esedékesség előtti igénybevétel (felszámítás) időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének háromszázhatvanötöd része.

Az eljárás során az Ákr. 124. §-a szerinti eljárási költség nem merült fel.

A jogorvoslatról szóló tájékoztatás az Ákr. 81. § (1) bekezdésén, a közigazgatási per indításának lehetsége az Ákr. 114. § (1) bekezdésén alapul.

A közigazgatási per vonatkozásában az Mttv. 163. § (1)-(3) és (5) bekezdései, a közigazgatási perrendtartásról szóló 2017. évi I. törvény (a továbbiakban: **Kp.**) és a polgári perrendtartásról szóló 2016. évi CXXX. törvény (a továbbiakban **Pp.**) és az E-ügyintézési tv. rendelkezései irányadóak.

A keresetlevél benyújtásának szabályait a Kp. 13. § (3) bekezdés a) pontja, a 28.§-a, a 29. § (1) bekezdése, a 39. §-a, a 48. § (1) bekezdésének I) pontja, a Pp. 605. § (1) és 608. § (1) bekezdései és az E-ügyintézési tv. 9. § (1) bekezdése, az azonnali jogvédelemre vonatkozó rendelkezéseket a Kp. 50. §-a, a tárgyalás tartására vonatkozó kérelemről szóló tájékoztatást a Kp. 77. § (2) bekezdése tartalmazzák.

Budapest, 2020. január 14.

A Médiatanács nevében
Dr. Karas Monika
elnök

Kapják:

1. személyes adat