

Burkolt kereskedelmi közlemény támogatói üzenetben történt közzététele az m1 és m2 csatornákon 2011. decemberében

A 635/2012. (IV. 4.) számú médiatanácsi határozat kivonata

A tényállás

A médiaszolgáltató m1 csatornáján több alkalommal az AJÁNLO egyik szegmensében – a következő hangzott el:

„A műsor támogatója az ingyenesen fogható HD műsorokat kínáló MinDig TV. MinDig TV, minőség havidíj nélkül.”

A fentiekén túl ugyanezen csatornákon az AJÁNLO egyik szegmensében, valamint MARADJ TALPON! című vetélkedőben több alkalommal a következő hangzott el:

„A játékos a nyereményt olyan UniCredit bankkártyán kapja meg, amellyel ingyenes a pénzfelvétel a saját automatákból.”

A Médiatanács döntése

A Médiatanács megállapította, hogy a médiaszolgáltató az m1 és m2 csatornákon összesen tíz alkalommal megsértette a burkolt kereskedelmi közlemény közzétételének tilalmára vonatkozó törvényi előírást, ezért felhívja, hogy a jelen határozat közlésétől számítva haladéktalanul tegyen eleget a jogszerű magatartás követelményének és tartózkodjék a jövőbeni jogsértésektől.

A határozat indokolása

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 igénybevételére 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 vizsgált támogatói üzenetek túllépték a támogatók megjelenítésének a fentiekben rögzített feltételeit, burkolt kereskedelmi közleménynek megfelelő tartalmat hordoztak magukban, mivel a támogatók megjelenítése során reklámértékű információk is közlésre kerültek („*ingyenesen fogható*”, „*havidíj nélkül*”; „*ingyenes pénzfelvétel...*”).

A támogatói üzenetek megtévesztő volta abban nyilvánult meg, hogy a néző a támogatói üzenet részének tekinthette az egyébként reklámjelleggel rendelkező információkat. A közzétett információk a támogatók szolgáltatásainak előnyeire hívták fel a figyelmet, ezáltal alkalmasak voltak arra, hogy a szolgáltatásokat vonzóvá tegyék a nézők számára, így annak igénybevételére ösztönözhatték őket.

Mivel a támogatói üzenetekben burkolt kereskedelmi közleménynek megfelelő tartalom jelent meg, a médiaszolgáltató m1 és m2 csatornáján sugárzott támogatói üzenetekkel, a rendelkező részben rögzített időpontokban 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 2011. január 1-jét követően egy alkalommal, a 422/2012. (II.29.) számú határozatában - jelen ügyel megegyező tényállás kapcsán - állapította meg, amely miatt az Mttv. 186. § (1) bekezdése szerinti felhívás jogkövetkezményét alkalmazta a médiaszolgáltatóval szemben.

A fentiekben rögzített körülményre és a jogsértés súlyára tekintettel, valamint figyelemmel az Mttv. 187. § (4) bekezdés szerinti ismételtség hiányára, a Médiatanács az Mttv. 186. § (1) bekezdésben rögzített jogkövetkezményt alkalmazta a médiaszolgáltatóval szemben, azaz a jogsértés tényének megállapítása és figyelmeztetés mellett felhívta a jövőbeni jogsértésektől való tartózkodásra, illetve a jogszerű magatartás tanúsítására.