

Termékmegjelenítésre, támogatásra vonatkozó előírások sérelme a TV2 csatornán közzétett Nagytakarítás című műsorszámok 2012. május 12., 19., június 23., 30. és július 14-i adásaiban

Az 1951/2012. (XI. 7.) számú médiatanácsi határozat kivonata

A tényállás:

A Médiatanács hatósági eljárás keretében hivatalból vizsgálta a MTM-SBS Televízió Zrt. TV2 csatornájának 2012. május, június és júliusában sugárzott „Nagytakarítás” című műsorszámok kapcsán közzétett kereskedelmi közlemények – termékmegjelenítés, támogatás – jogszabályoknak megfelelően történt közzétételét.

A Médiatanács döntése

A Médiatanács megállapította, hogy a médiaszolgáltató megsértette a termékmegjelenítésre vonatkozó azon törvényi rendelkezést, mely szerint a termékmegjelenítést tartalmazó műsorszámok nem hívhatnak fel közvetlenül áru megvásárlására vagy bérlésére, illetve szolgáltatás igénybevételére, amely miatt a Médiaszolgáltatót 600.000,- Ft bírság megfizetésére kötelezte.

A Médiatanács megállapította továbbá, hogy a Médiaszolgáltató megsértette a termékmegjelenítésre vonatkozó azon törvényi rendelkezést is, mely szerint a termékmegjelenítést tartalmazó műsorszámok nem adhatnak a műsor tartalmából egyébként nem következő, indokolatlan hangsúlyt a megjelenített terméknek, amely miatt a Médiaszolgáltatót szintén 600.000,- Ft bírság megfizetésére kötelezte.

A Médiatanács megállapította továbbá, hogy a Médiaszolgáltató megsértette a támogatásra vonatkozó azon törvényi rendelkezést 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, illetve az attól való tartózkodásra, amely miatt a Médiaszolgáltatót 300.000,- Ft bírság megfizetésére kötelezte.

A határozat indokolása

A Médiaszolgáltató a „Nagytakarítás” című műsorszámot 2012. április 28-tól kezdődően heti rendszerességgel sugározta. Minden epizódban az ott élők egészségét is veszélyeztetően elhanyagolt lakás kitakarítását vállalta magára a két műsorvezető, Gombos Edina és Szabó Csilla. Tevékenységük azonban nem merült ki pusztán a takarításban, hiszen a műsorokban számos takarítási praktikát is láthattak a nézők, emellett pedig folyamatosan informálódhattak a megfelelő tisztítószer kiválasztásának fontosságáról, helyes alkalmazásukról és hatékonyságukról.

A műsorszámok elején és végén számos támogatói üzenet volt látható. Az Unilever Kft. - mint a Domestos és Cif termékek forgalmazója - szponzorüzenete a műsorszámok folyamán is több alkalommal feltűnt, továbbá a termékmegjelenítésről tájékoztató felhívás is megjelent. A Médiaszolgáltató a Karcher, a Cif és a Domestos termékek esetében a termékmegjelenítés alkalmazásának igazolására csatolta az írásbeli megállapodásokat, továbbá rögzítette, hogy a 2012. július 14-i műsorszám kapcsán a Zewa, a 2012. május 12-én, 19-én, június 23-án és 30-án sugárzott műsorszámok kapcsán a Multy, az SGS és a Poli-Farbe termékek tekintetében szóbeli megállapodások születtek.

Az Mttv. 31. § (1) bekezdés b) pontjában foglalt rendelkezés megsértése

2012. május 12. 18:03:48 (Domestos) „Ezt beleöntjük a perem alá...mert a kórokozók a wc külső-belső részén megtapadnak, és el tudjuk őket pusztítani. Beöntötted...Addig a peremét meg az ülőke alját ...a másik higított oldatban, amit csak higításban használunk...egy szivaccsal szépen körbetöröljük...ez fertőtlenít, mindent csinál, és nem károsítja a WC-det. Szerintem elég, ha 3 naponként megcsinálod. Odaadom neked, ezt pattintsd be, hogy illatos és tiszta legyen a wc.”; 18:14: 24 (Cif) „Takarítsd le szépen, elmondom, hogy hogyan. Először is befűjjuk, mert nagyon ronda, ugye? Befűjjük ezzel, mutatom, egy picit várjunk, hogy hasson a szer. Látod, nem lesz ezzel baj, menni fog ez neked, ugye?...Kipróbálsz? ...Ez az első fázis, meglátjuk, hogy milyen eredményre jutsz. Dörzsöld...”; 18:16:26 (Cif, Domestos termék a háttérben) „...megmutatom, hogy folyékony súrolószerezal rányomok egy keveset, és először megpróbálom a szivacs felével. Kipróbálsz te is? Parancsolj.”; 18:16:53 (Domestos) „Ha nem gyűlne össze a sok mosogatnivaló, akkor nem lenne ez a kosz a mosogató peremén. De most megmutatom neked, hogy milyen egyszerűen ki lehet ezt takarítani. Befűjom, nézd meg...”;

2012. május 19. 18:11:11 (Cif) „Kérlek jól csavard ki, mert nem vízzel mossuk le a csempét. Hoztam erre egy általános fürdőszobai tisztítósprayt. Szórófejjel könnyebb a felületre feljuttatni a tisztítószert.” 18:11:45 (Domestos) „A csempénk már szép tiszta, most lássunk neki a fugának. Szűkített fejjel ebbe a résekbe juttatjuk a gélt. Látod, megtapad rajta, és utána szépen lesikáljuk...A fertőtlenítés után pedig bő vízzel leöblítjük a csempét, és így kell eljárni más felületeknél is.”; 18:13:12 (Cif) – „Folyékony súrolószerezal a csaptelepről eltávolítottam a vízkövet...általános fürdőszobai tisztítószerezal a mosdókagylót ragyogó tisztává tudjuk varázsolni.”

2012. június 23. 18:12:13 (Domestos termékekkel megrakott polc előtt állva, majd egy terméket a kosárba helyezve) „Ahol a lakásban állatot tartanak, ott nagyon fontos naponta fertőtleníteni.” 18:13:17 (Domestos, Cif) „Ez a fürdőkád nagyon piszkos. Először kifertőtlenítyük, jó? Fertőtlenítyőt öntök a vízbe. Milyen mennyiséget? Egy keveset csak. A nehezen elérhető helyekre alkalmazhatjuk a szórófejes változatot.”; 18:16:02 (Domestos) „Fényes felületre klóros tisztítót nem használunk. Általános tisztítószerezal lemoszuk, nem teszi tönkre a bútorodat.” ; 18:16:18 (Cif) „Folyékony súrolószerezal még a makacs szennyeződések is el tudom távolítani...”; 18:16:51 (Domestos, Cif) „Mivel takaríthatom a konyhapultot? Hoztam neked ide vizet. Öntünk bele fertőtlenítyőt...Addig én letakarítom a csempét.”

2012. június 30. 18:01:51 (Domestos termékekkel megrakott polcok előtt állva) „Én a fürdőszobába gondoltam, veszünk fertőtlenítyőt, amit töményen is lehet használni meg higítva is.”; 18:02:22 (Cif termékekkel megrakott polc előtt állva) „A gáztűzhelyre, a kávéfőzőre, a mikrora súrolókrémet fogunk használni, meglátod letisztítja a felületet, neked is menni fog. A csempére általános konyhai tisztítószerezal veszünk, az nagyon jó, mert szórófejes, és szerintem könnyedén le tudod vele takarítani a csempét...”; 18:11:17 (Cif) „Adok neked szivacsot, nem karcolja össze a gáztűzhelyedet, kérlek szépen, hogy nedvesítsd be, és öntök neked súrolókrémet a szivacsra, és akkor rögtön törölheted is vele a tűzhelyet.”

2012. július 14. 18:12:14 (Cif termékekkel megrakott polc előtt állva, majd a termékeket a kosárba helyezve) „...a gáztűzhelyre súrolókrémet javaslok... a csempe az nagyon koszos. Egy általános konyhai tisztítószerezal veszünk ahhoz.”; 18:16:45 (Cif) „Már csak a mosogatótálca van vissza. Inox tisztítóval befűjod, és mikroszálás törőlkendővel áttörölöd...Én meg a csempédet addig letisztítom konyhai tisztítószerezal. A tisztítószerezal mindig le kell mosni alaposan tiszta vízzel.”; 18:16:16 (Domestos) „Vízköves a vécetek, a vízköben megtelepedhetnek a kórokozók, öntünk bele vízköldő gélt”.

A használat közben, a lakás különböző pontjain, valamint az áruházi polcokon megjelenített termékek a közönség számára egyértelműen beazonosíthatók voltak. A Médiaszolgáltató által „általánosnak minősített” tulajdonságok - a termékek gyakori és jól látható használata/bemutatása folytán - minden esetben a konkrét termékekhez kapcsolódtak. A bemutatott képsorok azt a benyomást kelthették a nézőkben, hogy ezen termékek

használatával bármilyen makacs szennyeződés könnyedén eltávolítható. A műsorszámokban alkalmazott megjelenítési mód alkalmas volt arra, hogy a nézőket a Cif és Domestos termékek vásárlására ösztönözze.

A fenti műsorszámok tartalmi elemzése során egyértelműen megállapítható, hogy a műsorszámok jellege nem indokolta egy-egy termék gyakori, részletes, előnyös tulajdonságokat említő bemutatása. A bemutatások nem tájékoztató, sokkal inkább reklámjellegűek voltak.

Az Mttv. 31. § (1) bekezdés c) pontjában foglalt rendelkezés megsértése

A vizsgált összeállítások túlmutattak a termék megjelenítés rendeltetésén, „*termékbemutatót*” tartalmaztak. Noha a műsorok témája a takarítás volt, a Médiaszolgáltató a téma feldolgozása során az Unilever termékeket indokolatlan módon előtérbe helyezte.

A takarítási folyamat az említett tisztítószer bemutatását szolgálta, azaz a támogató termékei nem pusztán eszközökként jelentek meg a műsorszámokban. A tisztítószer - gyakori és felismerhető - használatának megjelenítésén túl, azok vásárlásának a bemutatása, a lakás különböző pontjain elhelyezése is azt a célt szolgálta, hogy a termékeket a műsorszámokban képernyőn lehessen tartani, újra és újra be lehessen mutatni. Az előbbiekből következően a Domestos és Cif termékcsalád megjelenítése indokolatlanul hangsúlyosan valósult meg.

Az Smtv. 20. § (9) bekezdésében foglalt rendelkezés megsértése

Az Unilever Kft. szponzorüzenete a műsorszámok előtt és befejezésekor, valamint a műsorok folyamán (pl. a kitakarított lakás bemutatása során) is számos alkalommal látható volt a következő formákban:

- „*A Nagytakarítást a Domestos és a Cif támogatja. 20 év szakértelmével. Unilever Magyarország Kft.*”
- „*A Nagytakarítást a Cif támogatja.*”
- „*A Nagytakarítást a Domestos támogatja.*”

A vizsgált műsorszámok az Unilever Kft. támogató termékeinek bemutatása köré épültek. Az összeállítások során a támogató termékei (Cif és Domestos) mindvégig jelen voltak (használat, vásárlás közben vagy a lakás különböző pontjain elhelyezve), a termékek és a támogató közötti közvetlen kapcsolat a műsorszámokból a közönség számára egyértelműen kiderült, és a korábbiakban kifejtettek alapján a műsorszámok a termékek megvásárlására ösztönözték a közönséget.

A bírói gyakorlat szerint az „*ösztönző*” hatás kiváltásához elegendő a figyelemfelkeltés ténye, hiszen ez tekinthető a vásárlást megelőző releváns mozzanatnak. Az „*ösztönző hatást*” kiváltotta a bemutatás terjedelme és intenzitása is.

A fentiek alapján a Médiatanács megállapította, hogy a Médiaszolgáltató a vizsgált műsorszámokkal öt alkalommal megsértette az Smtv. 20. § (9) bekezdésében foglalt rendelkezést is.

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.