

A Médiatanács 1554/2012. (VIII.29.) számú határozatának kivonata

Tényállás:

Az MTM-SBS Televízió Zrt. (TV2) 2012. május 14-én a 19:27:16-kor kezdődött „*Időjárás*” című műsorszámában 19:28:30-kor a NIVEA logó, a Nivea Sun protect&bronze spray és a „*Védelem vagy Barnulás? Mindkettő!*” felirat jelent meg.

2012. május 21-én a 19:31:22-kor kezdődött „*Időjárás*” című műsorszámában 19:32:23-kor a NIVEA jelent meg a fent leírt módon.

A Médiatanács döntése:

A Médiatanács megállapította, hogy a Médiaszolgáltató TV2 médiaszolgáltatásában 2012. május 14-én a 19:27:16-kor és május 21-én a 19:31:22-kor kezdődött „*Időjárás*” című műsorszámmal megsértette a burkolt kereskedelmi közlemény közzétételének tilalmára vonatkozó törvényi rendelkezést (Smtv. 20. § (3) bekezdés), amely miatt a Médiaszolgáltatót 200.000,-Ft bírság megfizetésére kötelezte.

A Médiatanács döntésének indokai:

Mivel a Médiaszolgáltató azt nyilatkozta, hogy támogatói üzenetet tett közzé, a Médiatanács ennek mentén vizsgálta a kifogásolt kereskedelmi közleményt.

A Médiatanács határozatában hivatkozott az Mttv. 26. § (2) bekezdésére, a 203. § 63., 20. és 4. pontjára.

A Médiatanács megállapította, hogy 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 összemérésére. A reklám az egyszerű népszerűsítésen túl azt a célt is szolgálja, hogy többletinformáció közlésével vásárlásra, illetve szolgáltatás igénybevételére ösztönözze a közönséget. Amennyiben olyan reklámértékkel bír, többletinformáció jelenik meg valamely támogatói üzenetben, amely nem tartozik szükségszerűen a megjelenítéshez, ugyanakkor vásárlásra ösztönző jellege megállapítható, burkolt reklámozás valósul meg.

A Médiatanács megállapítása szerint a vizsgált támogatói üzenet túllépte a támogató megjelenítésének a fentiekben rögzített feltételeit. Burkolt kereskedelmi közleménynek megfelelő tartalmat hordozott magában, a támogató és egyik terméke (Nivea logó és Nivea sun - protect&bronze spray) megjelenítése során reklámértékű információ („*Védelem vagy barnulás? Mindkettő!*” szlogen) is közlésre került. A támogatói szpot a Nivea termékéről közölt olyan többletinformációt, amely nem tartozott szükségszerűen a megjelenítéshez, túlmutatott a cég illetve terméke egyszerű, a támogatói szpotban lehetséges népszerűsítésének keretein. A megjelenített információ a támogató gazdasági érdekét szolgálta, hiszen alkalmas volt arra, hogy felkeltse a nézők figyelmét a támogató terméke iránt, illetve azt vonzóvá tegye a számukra, így annak megvásárlására ösztönözhetette őket.

A Médiatanács az Smtv. 20. § (3) bekezdésében foglalt rendelkezés megsértését a Médiaszolgáltatóval szemben 2011. január 1-jét követően eddig négy esetben állapította meg.

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 Médiatanács a bírság mértékének meghatározásánál tekintettel volt a jogsértés súlyára és ismételtségére, valamint a fokozatosság elvére, így az Mttv. 187. § (3) bekezdés ba) alpontja alapján a maximálisan kiszabható bírság 0,1%-ának megfelelő összegű, azaz 200.000,-Ft bírságot szabott ki a Médiaszolgáltatóval szemben.