

Fővárosi Törvényszék  
2.Kf.650.175/2013/4. szám



A Fővárosi Törvényszék a  
SBS Televízió Zrt.

ügyvéd által képviselt MTM-  
felperesnek a

jogtanácsos által képviselt Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanácsa [1088 Budapest, Reviczky utca 5., hiv. szám: 18317-10/2012.] alperes ellen műsorszolgáltatási ügyben hozott közigazgatási határozat felülvizsgálata iránt indult perében a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság 2013. évi április hó 4. napján kelt 23.K.29.470/2013/3. számú ítélete ellen a felperes által 4. sorszám alatt előterjesztett fellebbezés folytán az alulírott napon – tárgyaláson kívül - meghozta a következő

#### í t é l e t e t:

A Fővárosi Törvényszék az elsőfokú bíróság ítéletét azzal hagyja helyben, hogy a felperest terhelő kereseti illeték összegét 15.000 (azaz tizenötezer) forintra szállítja le.

Kötelezi a felperest arra, hogy 15 napon belül fizessen meg az alperesnek 20.000 (azaz húszezer) forint másodfokú perköltséget, valamint az államnak - az illetékügyekben eljáró hatóság külön felhívására – 16.000 (azaz tizenhatezer) forint fellebbezési illetéket.

Ez ellen az ítélet ellen fellebbezésnek nincs helye.

#### I n d o k o l á s

Az alperes hatósági felügyeleti hatáskörben eljárva, hivatalból vizsgálta a felperes 2012. májusi műsorfolyamát és megállapította, hogy a 2012. május 14-én és 21-én sugárzott Időjárás c. műsorszámban a NIVEA lógót és terméket, valamint a „Védelem vagy barnulás? Mindkettő!” feliratot tartalmazó közlést tett közzé.

Az alperes a 2012. augusztus 29. napján kelt 1554/2012. (VIII.29.) számú határozatával megállapította, hogy a felperes megsértette a burkolt kereskedelmi

közlemény közzétételének tilalmára vonatkozó törvényi rendelkezést, ezért 200.000 Ft bírság megfizetésére kötelezte. Indokolásában hivatkozott a sajtószabadságról és a médiatartalmak alapvető szabályairól szóló 2010. évi CIV. törvény (a továbbiakban: Smtv.) 20. §-ának (3) bekezdésére, valamint a médiaszolgáltatásokról és tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvény (a továbbiakban: Mttv.) 26.§-ának (2) bekezdésére, és 203. §-ának 4., 20., 59., 63. pontjaiban foglaltakra. Indokai szerint a vizsgált támogatói üzenet túllépte a támogató megjelenítésének feltételeit, burkolt kereskedelmi közleménynek megfelelő tartalmat hordozott magában, a támogató és egyik terméke (Nivea lógó és Nivea sun-protect & bronze spray) megjelenítése során reklámértékű információ (Védelem vagy barnulás? Mindkettő! szlogen) is közlésre került. Álláspontja szerint burkolt kereskedelmi közleménynek az Mttv. 203. §-ának 4. pontja alapján az a közlemény tekinthető, amelynek közzététele félrevezetheti a közönséget. A támogatói szpot a Nivea termékéről közölt olyan többletinformáció, amely nem tartozott szükségszerűen a megjelenítéshez, túlmutatott a felperes, illetve terméke egyszerű, a támogatói szpotban lehetséges népszerűsítésének keretein. A megjelenített információ alkalmas volt arra, hogy felkeltse a nézők figyelmét a támogató terméke iránt, annak megvásárlására ösztönözhetette őket. A jogkövetkezmény kiszabásánál az alperes figyelemmel volt a korábbi hasonló jogsértésekre.

A felperes keresetében elsődlegesen az alperesi határozat megváltoztatásával annak megállapítását kérte, hogy nem sértette meg az Smtv. 20.§-ának (3) bekezdését, míg másodlagos kérelme a határozat hatályon kívül helyezésére, a bírságszankció mellőzésére irányult. Előadta, hogy az alperes határozata sérti a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) 72.§-ának (1) bekezdése rendelkezéseit. Kifogásolta, hogy a közigazgatási eljárásban nem tudta gyakorolni a Ket. 51.§-ának (1) bekezdése alapján őt megillető nyilatkozattételi jogát. Álláspontja szerint az alperes helytelenül értelmezte a vonatkozó jogszabályi rendelkezéseket, az nem vezethető le az Mttv. rendelkezéseiből, a támogatói megjelenítés nem minősült burkolt kereskedelmi közleménynek. Az Mttv. 26.§-ának (2) bekezdése alapján a támogatói üzenet nem kizárólag a támogató, illetve terméke megjelenítéséhez szükséges információkat tartalmazhatja, hanem abban a támogató, illetve a termék közvetlen népszerűsítésére irányuló információk is megjelenhetnek. A közlés nem tartalmazott konkrét terméktulajdonságot, amely termék beszerzésére ösztönző információnak minősülne.

Az alperes a határozatában kifejtett álláspontját fenntartva a kereset elutasítását kérte.

Az elsőfokú bíróság a keresetet elutasította. Az alperes eljárási kifogása tekintetében a rendelkezésre álló közigazgatási iratokból megállapította, hogy a felperes nyilatkozattételi joga nem sérült a hatósági eljárás során: az alperes megfelelő módon értesítette a felperest az eljárás megindításáról, végzése tartalmazta az eljárás tárgyát,

és lehetőséget is biztosított a felperesnek álláspontja tekintetében. A felperesnek a Ket. 72.§-ára való hivatkozását alaptalannak találta, mivel a határozat tartalmazza a jogsértés alapjául szolgáló műsorszám megjelölését, a megállapított tényállást, az annak alapjául elfogadott bizonyítékokat, a bírságszankció alkalmazásának szempontjait. A reklám és a támogatás mint kereskedelmi közlemények elhatárolása körében kifejtette, hogy a két jogintézmény nem azonos, az előbbi célja többletinformáció közlésével az adott szolgáltatás igénybevételére/árúvásárlásra való ösztönzés, míg a burkolt kereskedelmi közlemény a közzététele természetét tekintve megteveszti a közönséget, azaz úgy kerül bemutatásra, hogy a közönség annak valódi reklámtermészetét képtelen felismerni. Osztotta az alperes álláspontját, hogy a „Védelem vagy barnulás? Mindkettő!” szlogen mint kiemelt tájékoztatás figyelemfelkeltő, amely alkalmas ösztönző hatás kiváltására anélkül, hogy ezt a szándékát nyíltan vállalná; burkolt kereskedelmi közleménynek minősül, mivel a nézők nem reklám útján találkozhattak a tájékoztatással. Erre tekintettel nem osztotta a felperesnek az Mttv. 26.§-ának (2) bekezdésére vonatkozó okfejtését, mert a nyelvtani értelmezés szerint a „történhet” kifejezés azt jelenti, hogy a műsorszolgáltatók a felsorolt azonosítók közül választhatnak, de azok körét nem bővíthetik tetszőlegesen.

A felperes fellebbezésében elsődlegesen az elsőfokú ítélet megváltoztatásával az alperesi határozat megváltoztatását kérte azzal, hogy nem sértette meg az Mttv. vonatkozó rendelkezését, míg másodlagos kérelme az elsőfokú ítélet határozat hatályon kívül helyezésére és az elsőfokú bíróság új eljárásra utasítására irányult. A korábban tett nyilatkozatainak fenntartása mellett azzal érvelt, hogy tévedett az elsőfokú bíróság, amikor a szlogen figyelemkeltő jellegéből következően állapította meg a támogatói üzenet (szpot) jogsértő jellegét, a burkolt reklámozást, mivel a támogatásnak – mint a kereskedelmi közlemények egyik fajtájának – kifejezett célja a támogató, illetve annak terméke népszerűsítése, a nézők figyelmének felkeltése a termék iránt.

Az alperes fellebbezési ellenkérelmében az elsőfokú ítélet helybenhagyását kérte. Utalt arra, hogy a támogatói megjelenítés gyakorlatilag csak a támogató vagy a termék nevének megjelenítését teszi lehetővé, további információ megjelenítését nem, mivel ez esetben támogatói megjelenítés címén számos egyéb olyan információ is közzétehető lenne, amely már a reklám kategóriájába tartozik. A támogatói megjelenítés értelemszerűen szűkebb kategória, mint a kereskedelmi közlemény vagy a reklám.

~~A felperes fellebbezése nem alapos.~~

A másodfokú bíróság a polgári perrendtartásról szóló 1952. évi III. törvény (a továbbiakban: Pp.) 340.§-ának (5) és (6) bekezdései alapján tárgyaláson kívül, a Pp. 253.§-ának (3) bekezdésében írtaknak megfelelően – a fellebbezés és ellenkérelem

keretei között – vizsgálta az elsőfokú bíróság ítéletét. Ennek során megállapította, hogy az elsőfokú bíróság a Pp. 206. §-ában foglaltaknak megfelelően a rendelkezésre álló peradatok alapján a tényállást helyesen rögzítette, az abból levont jogi következtetése a jogsértés és a jogkövetkezmény tekintetében is helytálló volt. A felperes fellebbezésében olyan érveket felsorakoztatni nem tudott, amelyek az elsőfokú ítélet megváltoztatását, illetve hatályon kívül helyezését credményezhették volna.

A felperes fellebbezésében foglaltakra tekintettel az irányadó jogszabályi rendelkezések értelmezésével kapcsolatban a másodfokú bíróság az elsőfokú ítéletet az alábbiakkal egészíti ki.

Az Smtv. és az Mttv. a korábbi Rttv. szabályozási rendszeréhez hasonlóan részletes fogalom meghatározásokon alapul; az irányadó fogalmakat az Smtv. 1.§-a, míg az Mttv. 203.§-ának értelmező rendelkezései tartalmazzák.

Az Smtv. 20. §-ának (3) bekezdése alapján a burkolt kereskedelmi közlemény médiatartalomban történő közzététele tilos.

Az Mttv. 203. §-ának 20. pontja szerint a 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 termékmegjelenítés. A 4. pont szerint a burkolt kereskedelmi közlemény olyan kereskedelmi közlemény, amelynek közzététele természetét tekintve megtéveszti a közönséget. Az 59. pont szerint a reklám olyan - műsorszámnak minősülő - közlés, tájékoztatás, illetve megjelenítési mód, amely valamely birtokba vehető forgalomképes ingó dolog - ideértve a pénzt, az értékpapírt és a pénzügyi eszközt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket -, szolgáltatás, ingatlan, vagyoni értékű jog értékesítésének vagy más módon történő igénybevételenek előmozdítására, vagy e céllal összefüggésben a vállalkozás neve, megjelölése, tevékenysége népszerűsítésére vagy áru, árujelző ismertségének növelésére irányul. Ezzel szemben a 63. pont szerint a támogatás olyan hozzájárulás, amelyet valamely vállalkozás nyújt valamely médiaszolgáltató vagy műsorszám finanszírozására azzal a céllal, hogy népszerűsítse nevét, védjegyét, arculatát, tevékenységét vagy termékeit.

Az Smtv. 20. §-ának (8) bekezdése szerint a médiatartalom támogatóját a közzététellel egyidejűleg, illetve azt közvetlenül megelőzően vagy azt követően meg kell nevezni.

Az Mttv. 26. §-ának (2) bekezdése alapján a támogatott médiaszolgáltatás vagy műsor-szám esetén 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 perben az elsőfokú bíróságnak azt kellett vizsgálnia, hogy a tényállásban idézett támogatói közlés a maga szövegösszefüggéseiben ténylegesen támogatásnak, avagy burkolt kereskedelmi közleménynek minősült.

A másodfokú bíróság hangsúlyozza, hogy a fogalmi elhatárolások körében az Smtv. és az Mttv. felsorolt rendelkezéseit egymással szoros összefüggésben kell értelmezni, továbbá figyelemmel kell lenni arra is, hogy az Mttv. 26. § (2) bekezdésének vagylagos felsorolása miatt a támogatást nyújtó megjelenítése a jogalkotó által annyiban korlátozott, hogy a termékére és a szolgáltatására való utalások együttes közzétételére nincs törvényi lehetőség.

A törvény kifejezett rendelkezése szerint a támogatás megjelölése történhet magának a támogatónak a megnevezésével, illetve az Mttv. 26. §-ának (2) bekezdése szerinti más módon is, azonban a támogatót és a rá vonatkozó többlet információt együttesen nem tartalmazhatja, mert ez esetben a támogatás már burkolt kereskedelmi közleménynek tekintendő, ami az Smtv. 20.§-ának (3) bekezdése szerinti tilalomba ütközik.

A közzétett támogatói megnevezésben a Nivea lógó és termék, valamint „Védelem vagy barnulás? Mindkettő”, mint a termékhez kapcsolódó szlogen, amely kifejezetten ezen termék jellemzője – a felperes által sem vitatottan – együttesen került feltüntetésre, ez azonban – a reklám törvényi meghatározása szerint – olyan kereskedelmi közleménynek minősül, amely a termék vagy szolgáltatás értékesítésének, más módon történő igénybevételének előmozdítására irányult. A másodfokú bíróság egyetértett az alperessel, hogy a fogalom meghatározások alapján a támogatói megjelenítés a kereskedelmi közleményhez és a reklámhoz képest szűkebb kategória, amely gyakorlatilag csak a támogató vagy a termék nevének megjelenítését teszi lehetővé, további információt nem, mivel minden további közléssel, mint „többletelemmel” már az adott termék vásárlására ösztönözheti a hallgatókat, nézőket, a támogató gazdasági érdekét szolgálva.

Egyebekben megjegyzi a másodfokú bíróság, hogy a szlogen közlése a támogató megnevezésével egyidejűleg alkalmas volt a közönség megtévesztésére, a fogyasztók termékvásárlásra ösztönzésére. Ezen többletinformáció ugyan nyíltan nem hív fel fogyasztói magatartásra, azonban figyelemmel az érintett kozmetikai cég régóta ismert és a magyar piacon is elfogadott helyzetére mindenképpen olyan plusz – a termék irán-

ti érdeklődést és keresletet befolyásoló - információt jelentett, amely alkalmas volt a fogyasztói döntések befolyásolására.

A fentebb kifejtettek értelmében, mivel a támogatói üzenet a támogatónak csak a népszerűsítésére irányulhat, míg a reklám ezen túlmenően már a konkrét termék vagy szolgáltatás vásárlására is ösztönözhet, ezért a másodfokú bíróság megítélése szerint is a felperes által közzétett támogatói megnevezés a természetét tekintve valójában reklám volt, amely megtéveszthette a nézőket, azaz a kereskedelmi közlemény burkoltnak minősült. Az alperes és az elsőfokú bíróság is helyesen állapították meg, hogy a felperes elkövette az Smtv. 20. §-ának (3) bekezdése szerinti jogsértést.

Mindezek folytán a másodfokú bíróság a Pp. 253. §-ának (2) bekezdése alapján - az indokolás kiegészítésével - az elsőfokú bíróság ítéletét helybenhagyta.

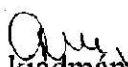
A felperes fellebbezése nem vezetett eredményre, ezért a Fővárosi Törvényszék az alperes másodfokú eljárásban felmerült költségének a megfizetésére kötelezte a Pp. 78. §-ának (1) bekezdése alapján míg a le nem rótt fellebbezési illetéket – melynek mértékét az illetékekről szóló 1990. évi XCIII. törvény (a továbbiakban: Itv.) 39. §-ának (1) bekezdése és 46. §-ának (1) bekezdése alapján állapította meg – a 6/1986. (VI. 26.) IM rendelet 13. §-ának (2) bekezdése alapján köteles viselni a pervesztes felperes. A Pp. 253.§-ának (3) bekezdésében írtak alapján észlelte a törvényszék, hogy az elsőfokú bíróság a kereseti illetéket tévesen határozta meg; ezért a kereseti illeték összegét a másodfokú bíróság az Itv. 39.§-ának (1) bekezdése és 42.§-ának (1) bekezdés a) pontja alapján leszállította.

Budapest, 2013. évi november hó 14. napján

Borsainé dr. Tóth Erzsébet s.k. a tanács elnöke  
dr. Bacsa Andrea s.k. bíró

dr. Rác Krisztina s.k. előadó bíró



  
A kiadmány hitelével:  
tisztviselő