



1026 Budapest, Riadó u. 1-3.  
**Levélcím:** 1391 Budapest 62. Pf. 211  
**Telefon:** (06-1) 472-8900  
**KRID:** 213396918  
**Ügyszám:** VJ/46/2021.  
**Iktatószám:** VJ/46-76/2021.

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa a(z)

- Oppenheim Ügyvédi Iroda (1053 Budapest, Károlyi utca 12, KRID: 18258648)
- DLA Piper Posztl, Nemescsói, Györfi-Tóth és Társai Ügyvédi Iroda (1124 Budapest, Csörsz utca 49-51., KRID: 18098073)
- dr. Gönczöl Tünde Ügyvédi Iroda (1061 Budapest, Andrásy út 11., KRID: 18625213)
- Dentons Réczicza Ügyvédi Iroda (1061 Budapest, Andrásy út 11.)
- dr. Tóth Tihamér Ügyvédi Iroda (1061 Budapest, Andrásy út 11.)
- Károlyi-Szabó Ügyvédi Iroda (1061 Budapest, Andrásy út 11.)

által képviselt **Samsung Electronics Magyar Zrt.** (5126 Jászfényszaru, Samsung tér 1.) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt indított versenyfelügyeleti eljárásban meghozta az alábbi

## **h a t á r o z a t o t .**

Az eljáró versenytanács – jogsértés vagy annak hiánya megállapítása nélkül – kötelezi a Samsung Electronics Magyar Zrt.-t az általa tett, jelen határozat melléklete szerinti kötelezettségvállalás teljesítésére.

A határozat ellen a kézhezvételtől számított 30 napon belül közigazgatási per indítható. A keresetlevelet a Gazdasági Versenyhivatalnál kell benyújtani elektronikusan az erre rendszeresített űrlap<sup>[1]</sup> használatával, mely a Gazdasági Versenyhivatal honlapján érhető el. A Gazdasági Versenyhivatal a keresetet az ügy irataival együtt továbbítja a közigazgatási perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező Fővárosi Törvényszéknek. A törvényszék eljárásában a jogi képviselő kötelező.

## **I N D O K O L Á S**

### **I.**

#### **A versenyfelügyeleti eljárás indítása**

1. A Gazdasági Versenyhivatal 2021. december 10-én versenyfelügyeleti eljárást indított, mivel észlelte,<sup>1</sup> hogy a Samsung Electronics Magyar Zrt. (a továbbiakban: Samsung Zrt. vagy eljárás alá vont) 2020 júniusától kezdődően alkalmazott egyes kereskedelmi kommunikációiban valószínűsíthetően elmulasztja tájékoztatni a fogyasztókat arról, hogy az általa forgalmazott

<sup>[1]</sup> [http://www.gvh.hu//data/cms1041089/GVH\\_gvh\\_k01\\_19\\_01.jar](http://www.gvh.hu//data/cms1041089/GVH_gvh_k01_19_01.jar)

<sup>1</sup> A versenyfelügyeleti eljárás bejelentés kapcsán indult.

okostelevíziók felhasználói felületén reklámokat jelenít meg, valamint hogy a reklámok megjelenítése kikapcsolásának, illetve a reklámok elrejtésének lehetősége nem biztosított a fogyasztók számára, és ezzel a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 7. § (1) bekezdésében foglalt tényállás megvalósításával valószínűsíthetően megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat.

2. A vizsgálat jelentését 2022. július 27-én terjesztette fel a Versenytanács elé.<sup>2</sup> Az eljáró versenytanács 2022. július 29-én megküldte az eljárás alá vontnak a vizsgálati jelentést észrevételezés, illetve nyilatkozattétel céljából a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 73. §-ának (3) bekezdése alapján. Az eljárás alá vont észrevételeit a VJ/46-60/2021. számú irat tartalmazza.
3. Az eljáró versenytanács 2022. december 9-én közölte az eljárás alá vonttal előzetes álláspontját, melyre az eljárás alá vont a VJ/46-72/2021. számú beadványában észrevételeket tett.

## II.

### Az eljárás alá vont

4. A Samsung Zrt.-t 1989. december 12-én alapította egyetlen részvényese, a dél-koreai Samsung Electronics Co. Ltd.<sup>3</sup> A vállalkozás alapvetően két divízióból áll: egy gyártási divízióból, amely televíziókészülékeket gyárt és értékesít kizárólag más Samsung Electronics Co. Ltd. leányvállalatok számára, elsősorban az EU régiójában, az EU országaiban történő értékesítés céljából, valamint egy értékesítési divízióból, amely a Samsung termékek magyarországi értékesítéséért felelős.
5. A cégcsoport dél-koreai székhelyű másik leányvállalata (a Samsung SDI) is jelen van Magyarországon, egy másik leányvállalaton, a Samsung SDI Magyarország Zrt.-n keresztül. Ez a vállalat működési szempontból független a Samsung Zrt.-től, és egy teljesen más üzletágban (nevezetesen akkumulátor termékek gyártásában és értékesítésében) tevékenykedik.<sup>4</sup>
6. Az eljárás alá vonttal szemben a megelőző tíz évben nem állapított meg a Versenytanács jogsértést, valamint a vállalkozás úgy nyilatkozott, hogy a Samsung okostelevíziókon történő reklám megjelenítéssel, az okostelevíziókon végzett frissítésekkel, illetve a szerveren lévő aktiválási/deaktiválási funkcióval kapcsolatban – legjobb tudomása szerint – külföldön soha nem volt és jelenleg sincs folyamatban hatósági vagy bírósági eljárás.<sup>5</sup>

## III.

### Az érintett termékek és az Ad Tile

#### III.1. Okostelevíziók

7. Jelen versenyfelügyeleti eljárásban közvetlenül érintett termékek a Samsung Zrt. által forgalmazott okostelevíziók.
8. A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (a továbbiakban: NMHH) *Az over-the-top tartalomszolgáltatások hatása a médiarendszerre* c. nyilvános konzultációra 2014-ben készült dokumentum rögzíti,<sup>6</sup> hogy az „okostévé, Smart TV vagy Connected TV fogalma azt az új „folyamatot” jelöli, amelynek eredménye az internet és a modern televíziókészülékek, illetve digitális vevődekóderek (set-top-box) integrációja konvergenciája. A korábbi

<sup>2</sup> Az eljárás alá vont üzleti titkát tartalmazó, nem betekintheső változat VJ/46-50/2021. számon, a betekintheső pedig VJ/46-51/2021. számon került iktatásra.

<sup>3</sup> VJ/46-5/2021.

<sup>4</sup> VJ/46-5/2021.

<sup>5</sup> VJ/46-5/2021., VJ/46-30/2021.

<sup>6</sup> VJ/46-41/2021.

[https://nmhh.hu/dokumentum/165093/nmhh\\_ott\\_hatasa\\_a\\_mediarendszerre\\_nyilvanos\\_konzultacio\\_2014.pdf](https://nmhh.hu/dokumentum/165093/nmhh_ott_hatasa_a_mediarendszerre_nyilvanos_konzultacio_2014.pdf)

televíziókészülékekhez és digitális vevődekóderekhez képest az online interaktív média által kínált lehetőségek itt sokkal inkább előtérbe kerülhetnek, és már nem kizárólag a hagyományos, lineáris médiatartalomra összpontosítanak. ... A Smart TV-ket felfoghatjuk egyfajta számítástechnikai képességgel integrált televízióknak, amelyek lehetővé teszik a felhasználók számára, hogy egy adott platformhoz tartozó további alkalmazásokat telepítsenek és futtassanak. ... az „okos” (smart) TV egy olyan televíziókészülék, amely közvetlenül csatlakoztatható az internetre, a platformüzemeltető maga a készülékgyártó.”

9. Az eljáró versenytanács a fenti meghatározásból a jelen ügy szempontjából releváns módon ki kívánja emelni azon fordulatot, hogy „a platformüzemeltető maga a készülékgyártó”.
10. A Samsung Zrt. weboldalának meghatározása szerint az okostelevízió (1) internet-kapcsolattal rendelkezik, (2) operációs rendszerrel fut és (3) saját alkalmazás-szolgáltatásokkal rendelkezik.<sup>7</sup> Az operációs rendszer lehet az adott okostelevízió gyártója által fejlesztett szoftver (pl. Samsung - Tizen, LG - webOS<sup>8</sup>), de az okostelevízió-gyártó harmadik fél (pl. Google - Google TV, Android TV<sup>9</sup>) által fejlesztett operációs rendszert is igénybe vehet (pl. Sony, Philips<sup>10</sup>).
11. A Samsung okostelevízió üzembehelyezésekor szükséges az okostelevízió futó szoftverrel kapcsolatos Általános Szerződési Feltételek (a továbbiakban: ÁSZF) elfogadása.<sup>11</sup> A Samsung Zrt. nyilatkozata szerint az ÁSZF-hez való hozzájárulás folyamata (amely az okostelevízió funkcióinak használata érdekében szükséges) nem különbözik más hasonló eszközök működési mechanizmusától, megfelel a piacon a televízió gyártók által alkalmazott általános jelenlegi iparági gyakorlatnak.<sup>12</sup>
12. Ha az okostelevízió üzembehelyezése során a fogyasztó nem fogadja el az ÁSZF-et, akkor a televízió szokásos funkcióit használhatja, mint például a kábeltellevízió szolgáltatás, az analóg televíziós adás, a DVD-lejátszóhoz való csatlakozás és a DVD lejátszása. A fogyasztó emellett képes csatlakoztatni és használni a set-top box-ot és játékkonzolt, valamint bármilyen Bluetooth-on keresztül csatlakoztatható eszközt.<sup>13</sup> Ha a fogyasztó elfogadja az ÁSZF-et, akkor az előbbi funkciók mellett használhatja az összes előre telepített alkalmazást, valamint a webböngésző szolgáltatás és az értesítési szolgáltatás alapvető funkcióit is. Az értesítési szolgáltatás a televízió képernyő jobb felső sarkában jelenik meg, és az okostelevízióval kapcsolatos értesítéseket nyújt (pl. rendszerértesítések, ha USB csatlakoztatva van a TV-hez vagy a szolgáltatással kapcsolatos értesítések frissítésekről).<sup>14</sup>
13. A vizsgálati jelentés V. pontja tartalmazza az érintett piac, azon belül is a kínálati és keresleti oldal, valamint a Samsung Zrt. értékesítési adatainak a bemutatását. Az eljáró versenytanács ebben a pontban pusztán azt kívánja kiemelni, hogy a versenytársak okostelevíziókon megjelenített reklámokkal kapcsolatos gyakorlata sokszínű, egyes szereplők nem, míg mások sokféle formában jelenítenek meg reklámokat a televíziók kezdőképernyőjén. A rendelkezésre álló információk szerint a legtöbb okostelevízió lehetőség van a beállításokban az érdeklődésalapú hirdetések ki- vagy bekapcsolására, azonban a hirdetések általában nem kapcsolhatók ki teljesen vagy általánosságban.

<sup>7</sup> VJ/46-41/2021. <https://www.samsung.com/hu/tvs/tv-buying-guide/what-is-smart-tv/> (elérés ideje: 2022.06.23.)

<sup>8</sup> VJ/46-41/2021. <https://www.lg.com/hu/webOS/webOS.jsp> (elérés ideje: 2022.06.23.)

<sup>9</sup> VJ/46-41/2021. <https://www.alza.hu/mi-az-a-google-tv#android-vs-google> (elérés ideje: 2022.06.23.)

<sup>10</sup> VJ/46-41/2021. <https://www.android.com/tv/> (elérés ideje: 2022.06.23.)

<sup>11</sup> A Samsung okostelevíziók üzembehelyezésének lépéseit és az arról készült képernyőfelvételeket a VJ/46-31/2021. számú irat, az ÁSZF-et a VJ/46-31/2021. számú irat tartalmazza.

<sup>12</sup> VJ/46-31/2021.

<sup>13</sup> VJ/46-31/2021.

<sup>14</sup> VJ/46-31/2021.

14. A keresleti oldal kapcsán pedig azt szükséges kiemelni, hogy „Az elektronikus hírközlési piac fogyasztóinak vizsgálata” című kutatás szerint 2021-ben a háztartások 38%-a rendelkezett okostelevízióval.<sup>15</sup>
15. A Samsung Zrt. szerint az okostelevíziókról való tájékozódás során a fogyasztók számára elérhető legfontosabb információszerezési csatorna a televíziós márkák weboldalai, amelyeket aztán a különböző reklámok, illetve marketingforrások (például televíziós reklámok és a közösségi médiában megjelenő hirdetések) egészítik ki. Emellett kiemelte, hogy az interneten és a nyomtatott sajtóban megjelenő termékértékelések (beleértve az összehasonlító felméréseket is) szintén szerepet játszanak, valamint a személyes tapasztalatok, baráti és családi ajánlások is jelentős súllyal bírnak.<sup>16</sup> A Samsung Zrt. nyilatkozata szerint továbbá az okostelevízió-vásárlás legfontosabb döntési szempontjai a termék ára (nyilatkozata szerint a magyar fogyasztók különösen árérzékenyek), a márka ismertsége, a képminőség, a képernyő mérete, a tartósság, és a hangminőség. E körben hivatkozott a Kantar magyar piacra, 2021. év 2. félévére vonatkozó márkaattitűd-felmérésére is.<sup>17</sup>
16. Az áruk adásvételére irányuló szerződések egyes vonatkozásairól, az (EU) 2017/2394 rendelet és a 2009/22/EK irányelv módosításáról szóló 2019/771 (2019. május 20.) számú európai parlamenti és tanácsi irányelvet átültető, 2022. január 1-jén hatályba lépett, a fogyasztó és vállalkozás közötti, az áruk adásvételére, valamint a digitális tartalom szolgáltatására és digitális szolgáltatások nyújtására irányuló szerződések részletes szabályairól szóló 373/2021. (VI. 30.) Korm. rendelet (a továbbiakban: 373/2021. Korm. rendelet) okostelevíziók esetében is irányadó 8. §-a értelmében:
- (1) Digitális elemeket tartalmazó áru esetében a vállalkozásnak biztosítania kell, hogy a fogyasztó értesítést kapjon az áru digitális tartalmának vagy az azzal kapcsolatos digitális szolgáltatás olyan frissítéseiről - ideértve a biztonsági frissítéseket is -, amelyek az áru szerződésszerűségének fenntartásához szükségesek, valamint biztosítania kell, hogy a fogyasztó meg is kapja azokat.*
- (2) A vállalkozásnak az (1) bekezdés szerinti frissítés elérhetővé tételét, ha az adásvételi szerződés*
- a) a digitális tartalom vagy a digitális szolgáltatás egyszeri szolgáltatásáról rendelkezik, akkor az áru és a digitális elemek típusa és célja, valamint az egyedi körülmények és a szerződés jellege alapján a fogyasztó által észszerűen elvárható; vagy*
- b) a digitális tartalom vagy a digitális szolgáltatás tekintetében meghatározott időszakon keresztül történő folyamatos szolgáltatásról rendelkezik, akkor a 10. § szerinti időszakon keresztül kell biztosítania.*
- (3) Ha a fogyasztó nem telepíti észszerű határidőn belül az (1) és (2) bekezdésnek megfelelően rendelkezésre bocsátott frissítéseket, a vállalkozás nem felel az áru hibájáért, ha az kizárólag a vonatkozó frissítés alkalmazásának hiányából fakad, feltéve, hogy*
- a) a vállalkozás tájékoztatta a fogyasztót a frissítés elérhetőségéről és a telepítés fogyasztó általi elmulasztásának következményeiről; és*
- b) a frissítés fogyasztó általi telepítésének elmulasztása vagy a frissítés fogyasztó általi helytelen telepítése nem a vállalkozás által biztosított telepítési útmutató hiányosságának tudható be.*

<sup>15</sup> VJ/46-41/2021. [https://nmhh.hu/dokumentum/227957/nmhh\\_haztartasi\\_felmeres\\_2021\\_riport.pdf](https://nmhh.hu/dokumentum/227957/nmhh_haztartasi_felmeres_2021_riport.pdf) (elérés ideje: 2022.06.28.)

<sup>16</sup> VJ/46-5/2021.

<sup>17</sup> VJ/46-5/2021.

### III.2. Az Ad Tile<sup>18</sup> jellemzői a vizsgált időszakban

17. Az okostelevíziók okos (smart) funkcióit megjelenítő menürendszerének elnevezése a *Smart Hub*, amely rendszerint az okostelevíziókhoz tartozó távirányítók *Smart Hub* feliratú nyomógombjával érhető el. A *Smart Hub* megnyitásakor a kurzor alapértelmezetten az ún. *Home* gombon áll. Magyarországon a Samsung okostelevíziók *Smart Hub* menürendszerben érhető el az *Ad Tile* nevű reklámcsempe, hasonló méretben, mint a többi alkalmazáscsempe. A Samsung Zrt. nyilatkozata szerint a *Smart Hub* menürendszeren kívül máshol nem jelenít meg reklámokat a magyarországi fogyasztók számára, ugyanakkor mások – például a tartalomszolgáltatók – a *Smart Hubon* kívül is megjeleníthetnek reklámokat.<sup>19</sup>
18. A *Smart Hub* két esetben jelenik meg. Egyrészt akkor, amikor a fogyasztó bekapcsolja az okostelevíziót, hogy kiválaszthassa a nézni kívánt televíziócsatornát vagy alkalmazást. Ebben az esetben csak 10 másodpercig jelenik meg a felület, és eltűnik, ha a fogyasztó nem használja a távirányítót. Másrészt a *Smart Hub* csak a fogyasztó által, a távirányítóval történő kezdeményezésére hívható elő (és eltűnik, amennyiben a fogyasztó egy bizonyos ideig a távirányítóval nem végez tevékenységet).
19. A fogyasztó a *Smart Hub* gomb újbóli megnyomásával rejtheti el a *Smart Hub* menürendszert (beleértve az *Ad Tile*-t is). Mivel a *Smart Hub* csak a különböző alkalmazások közötti váltásra szolgál, a *Smart Hub* nem jelenik meg, amikor a fogyasztó televíziócsatornák között vagy az adott alkalmazáson belül a különböző tartalmak között váltogat.
20. Ha a fogyasztó a távirányítóval az *Ad Tile* felületre navigál, akkor a hirdetés kibontott változatát látja,<sup>20</sup> továbbá a kibontott változat akkor is látható, ha a fogyasztó a kurzorral a balra, az alsó kép bal alsó sarkában látható „≡” ikonra kíván navigálni, és ezzel „áthalad” az *Ad Tile*-on, tehát a kurzor átmenetileg az *Ad Tile*-ra mutat. A hirdetés csak addig marad nyitva, amíg a kurzor az *Ad Tile* felületén van.<sup>21</sup> Amennyiben a reklám felkelti a fogyasztó érdeklődését, rá tud klikkelni a megjelenő reklámra, és így az okostelevízióon keresztül eljuthat a reklám valamennyi adatához is.
21. A hirdetések tartalma – azt az esetet kivéve, ha a fogyasztó kifejezetten beleegyezik abba, hogy érdeklődés alapú reklámot kapjon – véletlenszerűen kerül megjelenítésre a fogyasztó számára. Az *Ad Tile* reklámcsempének ezen felül további funkciói is lehetnek a reklámok megjelenítésén kívül: azon keresztül a Samsung műsortartalommal kapcsolatos információkat is nyújt, a legnépszerűbb vagy egy nemrég indult új műsorról, illetve ezen keresztül értesíti a fogyasztókat a szoftverfrissítésekről. Az *Ad Tile*-on olyan tartalom- (műsor-)ajánló is megjelenhet, amely - előfizetés hiányában - nem elérhető a fogyasztó számára.<sup>22</sup>
22. Az *Ad Tile* a *Smart Hub* szerves és állandó része, a fogyasztók általi kikapcsolására, elrejtésére nincs lehetőség. Az *Ad Tile* a Samsung összes okostelevízió termékcsaládján elérhető, kivéve a szállodák számára készült televíziókat, a B2B (üzleti) termékeket, valamint a Samsung Sero televíziót.<sup>23</sup>
23. Az eljáró versenytanács kiemeli, hogy a 2022-es modellévtől kezdődően a Samsung okostelevíziókon megjelenő Ad Tile a 2016-2021-es modellévekhez képest módosult. A 2016-2021 modellévű televíziókon az Ad Tile a Smart Hub bal alsó sarkában helyezkedett el, ezek alkalmazását azonban az eljárás alá vont 2021 decemberével felfüggesztette. A 2022-es modellévtől kezdődően a felhasználói felület teljes képernyős, amelynek legtetején egy banner

<sup>18</sup> VJ/46-31/2021.

<sup>19</sup> VJ/46-72/2021.

<sup>20</sup> VJ/46-39/2021. 2. sz. melléklet

<sup>21</sup> VJ/46-31/2021., VJ/46-26/2021.

<sup>22</sup> VJ/46-26/2021.

<sup>23</sup> A VJ/46-12/2021. számú beadvány 5. számú melléklete tartalmazza azon készülékek listáját, melyek *Ad Tile*-t jelenítenek meg.

jelenik meg, míg az alkalmazáscsompék – ideértve az Ad Tile-t is – a banner alatt találhatóak. Az eljárás alá vont úgy nyilatkozott, hogy a jelen eljárásra tekintettel a 2022-es modellévű televíziókon Magyarországon az Ad Tile sohasem került aktiválásra.

### III.3. Az Ad Tile bevezetése és a fogyasztói jelzések

24. Általánosságban az okostelevisziókon bármely módosítás vagy frissítés szoftverfrissítéseken keresztül történik.
25. Az eljárás alá vont előadása szerint az okosteleviszió első beállításakor, az ÁSZF elfogadásával a fogyasztó beleegyezik az automatikus frissítések fogadásába. A beállítási szakasz után a fogyasztó dönthet úgy, hogy az automatikus frissítési opció helyett a kézi frissítési opcióra vált. Ha a fogyasztó a kézi frissítési opcióra vált, akkor saját belátása szerint dönthet arról, hogy frissíti-e a szoftvert vagy sem. Ha viszont a fogyasztó megtartja az automatikus frissítési opciót, akkor a szoftver mindig automatikusan frissül a Samsung által meghatározott időpontban. Ez a beállítás később módosítható a „Beállítások” menüpontban. Ha a fogyasztó az automatikus frissítés opciót választja, akkor a szoftverfrissítés befejezése után az okosteleviszió képernyőjén egy kis felugró üzenetben kap a frissítés megtörténtéről értesítést. Ha viszont a fogyasztó a kézi frissítés lehetőségét választja, akkor a televízió képernyőjén egy kis felugró értesítésben kap előzetes tájékoztatást arról, hogy a szoftver legújabb verziója letölthető (így a fogyasztó dönthet arról, hogy le kívánja-e tölteni és telepíteni a szoftver legújabb verzióját).<sup>24</sup>
26. Az *Ad Tile* funkciót Magyarországon 2020 júniusában vezették be (a „bekapcsolás” pontos dátuma nem ismert),<sup>25</sup> azonban más országokban már a magyarországi aktiválást megelőzően több éven keresztül működött és a bekapcsolásának ezt a módját más országokban is alkalmazták.<sup>26</sup>
27. Az *Ad Tile* a „bekapcsolást” követően az összes érintett (azaz a 2020 júniusa előtt és után vásárolt) okosteleviszióon megjelent, azonban nem azonnal a bevezetést követően. Tényleges reklámkampány csak 2020. december 11-én indult, ami így az első olyan nap, amikor már konkrét hirdetés láthatóvá válhatott az *Ad Tile*-on.<sup>27</sup> Továbbá mivel az egyes hirdetésnek meghatározott számú megjelenésre van lehetősége, ha egy adott hirdetés eléri a megjelenési számát, akkor többé nem jelenik meg az *Ad Tile*-on. Ez azt eredményezheti, hogy egy fogyasztó egyáltalán nem látja az *Ad Tile* reklámcsompét<sup>28</sup> vagy csak az okosteleviszió megvásárlását követően egy későbbi időpontban látja először.
28. A Samsung Zrt. hangsúlyozta, hogy azon fogyasztók, akik a Samsung okostelevisziókat még a bevezetés napja előtt vásárolták, még korábban el kellett, hogy fogadják a Samsung ÁSZF-jét, amely rögzíti, hogy előzetes értesítés nélkül kisebb változtatásokat eszközölhet az okostelevisziókon nyújtott szolgáltatások formájában és jellegében: álláspontja szerint e körbe tartozik az *Ad Tile* bevezetése is.<sup>29</sup>
29. A Samsung Zrt. nyilatkozott az *Ad Tile* funkcióval kapcsolatos panaszokról. A panaszokhoz néhány fogyasztó fényképet is csatolt, amelyek mindegyikén az *Ad Tile* látható. A panaszokban a fogyasztók az *Ad Tile*-lal kapcsolatos kifogásaikat fogalmazták meg:<sup>30</sup> ezek alapján megállapítható, hogy a panaszosok a funkciót nem kívánatosnak, zavarónak, a készülékek árához mérten különösen sérelmesnek ítélték meg, valamint hiányolták az előzetes tájékoztatást vagy beleegyezést.

---

<sup>24</sup> VJ/46-5/2021., VJ/46-30/2021.

<sup>25</sup> VJ/46-5/2021.

<sup>26</sup> VJ/46-30/2021.

<sup>27</sup> VJ/46-5/2021., VJ/46-12/2021.

<sup>28</sup> VJ/46-31/2021.

<sup>29</sup> VJ/46-31/2021.

<sup>30</sup> VJ/46-5/2021. A panaszokat az alábbi beadványok tartalmazzák: VJ/46-5/2021. 3. sz. melléklet, VJ/46-12/2021. 5-6. sz. melléklet.



30. A vizsgálati jelentés VI.1.7. pontja tartalmaz további fogyasztói és egyéb piaci jelzéseket a reklámokkal kapcsolatos fogyasztói attitűd bemutatására.

### **III.4. Az Ad Tile-on kívüli reklámok és egyéb piaci információk a reklámok megjelenítésével kapcsolatban**

31. Az Ad Tile-on és a harmadik féltől származó alkalmazásokon kívül más reklámok jelenleg nem jelennek meg a Samsung okostelevíziók felületén.<sup>31</sup> A Samsung okostelevízió alkalmazásruházának (*Apps Store*) kezdőoldalán megjelenő banner alatt azonban az *Ad* felirat olvasható. A Samsung Zrt. ennek kapcsán előadta, hogy nem jelenít meg reklámokat sem a Magyarországon elérhető Samsung *Apps Store* banneren, sem az *Apps Store* egyéb részén, az *Ad* felirat megjelenítése csak technikai ok miatt szükséges. Az *Ad* felirat megjelenésének célja – belső szabályzata alapján – a fogyasztók tájékoztatása arról, hogy az oldalon hirdetés jelenhet meg, azonban – más országoktól eltérően – a Samsung Magyarországon egyáltalán nem jelenít meg reklámokat a banner felületen.<sup>32</sup>

32. A HWSW hírportálon az okostelefonokon megjelenő reklámok kivezetésével kapcsolatban 2021. augusztus 19-én megjelent egy cikk, amelyből az alábbiak emelendők ki:<sup>33</sup>

*„... a Samsung közölte, hogy megszünteti az okostelefonjaira telepített alkalmazásokban felugró reklámokat. A lépés a gyártó által házon belül fejlesztett alkalmazásokat, illetve szolgáltatásokat érinti. A döntés értelmében a Samsung Weather, a Samsung Pay, illetve Samsung Health appokból is eltűnnek a különféle reklámok, illetve a Samsung virtuális asszisztense, a Bixby sem fogja tovább hirdetésekkel traktálni a felhasználókat.*

*A dél-koreai vállalat azt igéri, hogy a reklámok kigyomlálását célzó szoftverfrissítések még idén eljuthatnak a felhasználókhoz. Bár a lépést eddig csupán nagyon röviden indokolta a vállalat, e szerint a felhasználói élmény javítása áll a háttérben. A Samsung állítja, az innovatív okostelefonos élmény rendkívül magas prioritást élvez, amely többek között a felhasználók igényeinek kielégítését is magában foglalja. Nyúlfarknyi kommentárjában a cég hozzátette, hogy termékeik fejlesztésénél folyamatosan figyelembe veszik a különféle felhasználói visszajelzéseket.”*

33. Ebben a körben kiemelendő, hogy számos alkalmazásfejlesztő kínál hirdetés, illetve reklámmentes szolgáltatásokat a fogyasztói igényekre tekintettel. A Youtube videó-megosztó platform például 2019 májusától kezdődően nyújtja havidíj ellenében a Youtube Premium szolgáltatását, mellyel többek között hirdetés nélküli lejátszás, videók offline megtekintéshez történő letöltése és zárt képernyővel történő lejátszás is lehetséges. A Premium szolgáltatás mellett továbbra is elérhető az alkalmazás ingyenes, az előbbi funkciók nélküli, tehát reklámokat is megjelenítő verziója.<sup>34</sup>

34. A Spotify zenei streaming platform szintén nyújt Premium szolgáltatást, amellyel havidíj ellenében lehetséges többek között a hirdetés nélküli lejátszás, zenefájlok offline megtekintéshez történő letöltése, valamint zeneszámok közötti tetszőleges számú váltás. A Premium szolgáltatás mellett továbbra is elérhető az alkalmazás ingyenes, az előbbi funkciók nélküli, tehát reklámokat is megjelenítő verziója.<sup>35</sup>

35. A Netflix „egy előfizetéssel elérhető streamingszolgáltatás, amelynek előfizetői reklámok nélkül nézhetik a tévéműsorokat és a filmeket, amihez csupán egy internetre kapcsolt eszköz szükséges.

<sup>31</sup> VJ/46-31/2021.

<sup>32</sup> VJ/46-31/2021.

<sup>33</sup> VJ/46-41/2021. <https://www.hwsz.hu/hirek/63641/samsung-galaxy-reklam-hirdetes-ads-one-ui.html> (elérés ideje: 2022.06.30.)

<sup>34</sup> VJ/46-41/2021. <https://www.youtube.com/premium>, <https://24.hu/tech/2019/05/14/youtube-music-premium-magyarorszag-indulas-android-ios-ar-csaladi-csomag/> (elérés ideje: 2022.06.30.)

<sup>35</sup> VJ/46-41/2021. <https://www.spotify.com/hu/premium/> (elérés ideje: 2022.06.30.)

streaming platform jelenleg kizárólag előfizetéssel vehető igénybe.”<sup>36</sup> A Netflix platform 2022 végén bevezeti, illetve bevezette a reklámokat is megjelenítő (és néhány további jellemzőben is eltérő), de alacsonyabb áron kínált előfizetését.<sup>37</sup>

36. Kiemelendő továbbá, hogy a német Bundeskartellamt okostelevisziókkal kapcsolatos piacelemzése<sup>38</sup> tartalmazza azt a megállapítást,<sup>39</sup> hogy ismert néhány olyan eset, amikor a készülék gyártója vagy harmadik fél termékekre vonatkozó hirdetést jelenít meg a televízió főképernyőjén. Az ilyen hirdetések az UWG (a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokat tiltó német törvény) 7. cikke (1) szakaszának első mondatába ütköznek, amennyiben a készülék eladásakor ezt egyértelműen nem jelzik és fogyasztó nem is számít rá a körülmények alapján.

#### IV.

##### A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

37. A versenyfelügyeleti eljárásban az kerül vizsgálatra, hogy a Samsung Zrt. az általa 2020 júniusától kezdődően alkalmazott egyes kereskedelmi kommunikációiban tájékoztatta-e a fogyasztókat arról, hogy az általa forgalmazott okostelevisziók felhasználói felületén reklámokat jelenít meg (az Ad Tile felületen), valamint, hogy a reklámok megjelenítése kikapcsolásának, illetve a reklámok elrejtésének lehetősége nem biztosított a fogyasztók számára.
38. A Samsung okostelevisziók népszerűsítésére alkalmazott kereskedelmi kommunikációkat a VJ/46-31/2021. számú irat 2. számú melléklete, a VJ/46-41/2021. számú irat 1. számú melléklete és a VJ/46-45/2021. számú irat 1. számú melléklete, a kereskedelmi kommunikációk megjelenési- és költségadatait a vizsgálati jelentés 6. számú melléklete tartalmazza.
39. A Samsung Zrt. 2021. szeptember 30-tól a versenyfelügyeleti eljárás lezárultáig önkéntesen felfüggesztette az okostelevisziókon megjelenő hirdetéseket és tartalom (műsor-)ajánlókat Magyarországon. Az Ad Tile ebben az időszakban egyáltalán nem képezte a felhasználói felület részét.<sup>40</sup>
40. Az eljárás alá vont azonban egyértelműen úgy nyilatkozott, hogy külön nem tájékoztatta a fogyasztókat az Ad Tile funkció bekapcsolásáról, mivel ez a funkció már a Samsung globális felhasználói felületének része volt. A reklámokról az ÁSZF, a honlap és a termékek csomagolása adott tájékoztatást – eltérő időpontoktól kezdődően.
41. A Samsung Zrt. álláspontja szerint az ÁSZF alábbi rendelkezéseinek megfelelően járt el:<sup>41</sup>

*„Ön tudomásul veszi és elfogadja, hogy a mindenkor nyújtott Szolgáltatások kialakításában és jellegében az Ön előzetes értesítése nélkül is előfordulhat bármilyen, a Szolgáltatás lényegét nem érintő változás. A Samsung üzletileg ésszerű határok között törekszik arra, hogy a Szolgáltatásokban jelentkező lényeges változásokról Önt tájékoztassa.”* [4.1. pont b) alpont]

*„A Samsungtól bizonyos Szolgáltatások automatikusan letölthetnek és időről időre telepíthetnek. Az ilyen jellegű frissítésekre számos formában sor kerülhet, pl. javító programként, továbbfejlesztett vagy új funkcióként vagy elemként, új szoftvermodulként és teljesen új változatként. Ön vállalja, hogy a frissítéseket a Szolgáltatás részeként fogadja (és a*

<sup>36</sup> VJ/46-41/2021. <https://help.netflix.com/hu/node/412> (elérés ideje: 2022.06.28.)

<sup>37</sup> VJ/46-41/2021. <https://www.nytimes.com/2022/05/10/business/media/netflix-commercials.html>, <https://24.hu/tech/2022/06/23/netflix-reklam-elofizetes-olcsobb-bevezetes/> (elérés ideje: 2022.06.28.)

<sup>38</sup> VJ/46-41/2021.

[https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Others/Sector\\_inquiry\\_smart\\_TV\\_s\\_conclusion.pdf?\\_blob=publicationFile&v=2](https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Others/Sector_inquiry_smart_TV_s_conclusion.pdf?_blob=publicationFile&v=2) (elérés ideje: 2022.06.28.)

<sup>39</sup> „There are a few cases in which the device manufacturer or a third party displays advertisements for commercial goods on the start page of the TV portal (home screen). Unless explicitly pointed out upon purchase and if this is not to be reasonably expected by the customer due to the overall circumstances, such advertisements violate Section 7 (1) sentence 1 UWG.”

<sup>40</sup> VJ/46-5/2021., VJ/46-26/2021., VJ/46-12/2021.

<sup>41</sup> VJ/46-30/2021.



Samsung számára ezek küldését engedélyezi). Ön elismeri, hogy ezen frissítések a termék memóriáját vagy annak részét felhasználhatják.” (5.4. pont)

„A Szolgáltatások keretében használt szoftver időnként automatikusan frissítéseket tölthet le és telepíthet a Samsung részéről. A frissítések célja a Szolgáltatások javítása, teljesítményének fokozása és továbbfejlesztése, programhiba javítások, javított funkciók, új szoftvermodulok és teljesen új programverziók formájában. Ön vállalja, hogy az ilyen frissítéseket a Szolgáltatások részeként fogadja (és beleegyezik abba, hogy a Samsung ezeket telepítse).” (14.1. pont)

42. Az ÁSZF reklámokkal kapcsolatos alábbi szakasza 2021 februárjától (a 2021-es okostelevízió modellek magyarországi piacon történő első értékesítésének időpontjától) érhető el:<sup>42</sup>

„A Szolgáltatások vagy azok egy része reklámokat, valamint promóciókat jeleníthet meg, és azokat hirdetésből származó bevételek támogathatják. Ön az ilyen hirdetések és promóciók célcsoportjának alanyává válhat az Ön által a Szolgáltatások útján, valamint harmadik feleknek az az Ön Szolgáltatáshasználati szokásaira vonatkozó adatkéréseinek teljesítése útján elérhetővé tett információi alapján.” (9. pont)

43. A Samsung Zrt. az okostelevíziók megvásárlása előtt nem tájékoztatta a fogyasztókat az ÁSZF-ről, annak tartalmát az okostelevíziók telepítésekor volt lehetősége megismerni a fogyasztónak. Az ÁSZF elfogadása nincs előre kipipálva (azaz „opt-in rendszeren” alapul), így annak elfogadása csak kifejezett tevéleges magatartással lehetséges. Az ÁSZF elfogadása nélkül a fogyasztó a televízió szokásos funkcióit éri el (például az analóg televíziós adást, a DVD-lejátszóhoz való csatlakoztatást és a DVD lejátszását), illetve az okostelevízió egyes funkcióit.

44. Az okostelevízió menürendszerében az ÁSZF a Menü → Terméktámogatás → Feltételek és adatvédelem útvonalon is elérhető.<sup>43</sup>

45. A Samsung Zrt. az Adatvédelmi nyilatkozatról a [www.samsung.com/hu](http://www.samsung.com/hu) weboldalon 2019. június 5-től kezdődően tájékoztatja a fogyasztókat.<sup>44</sup> Az Adatvédelmi nyilatkozat okostelevíziókra vonatkozó kiegészítése rendelkezik az érdeklődésen alapuló hirdetési szolgáltatásokról, valamint annak részét képezi az „Érdeklődésen alapuló hirdetési szolgáltatás adatvédelmi közleménye” kiegészítés is.<sup>45</sup> A [www.samsung.com/hu](http://www.samsung.com/hu) oldalon a Samsung által forgalmazott okostelevíziók termékadatlapjai is megtalálhatóak. A termékspecifikációk a „Specifikációk” menüpontban voltak elérhetőek.<sup>46</sup>

46. A Samsung Zrt. 2021 márciusa óta a termék csomagolásán (kartondobozon) is tájékoztatja a fogyasztókat a reklámokról. A dobozokon olvasható tájékoztatás az alábbi: „Samsung may display advertisements and promotions on the Smart TV UI [User Interface] and applications”.<sup>47</sup>

## V.

### Az eljárás alá vont álláspontja

#### V.1. A vizsgálati szakban előadott álláspont

47. Az eljárás alá vont a vizsgálati szakban többek között az alábbiakat emelte ki a vizsgált magatartással összefüggésben:

- Az okostelevízió egy folyamatosan fejlődő termék, ami igyekszik követni a változó fogyasztói igényeket, azonban az *Ad Tile* még a *Smart Hub* előhívásakor sem feltétlen látható mindig: az ugyanis csak akkor jelenik meg, ha vannak az adott országban

<sup>42</sup> VJ/46-12/2021., VJ/46-39/2021.

<sup>43</sup> VJ/46-31/2021.

<sup>44</sup> VJ/46-39/2021.

<sup>45</sup> VJ/46-41/2021. <https://www.samsung.com/hu/info/privacy/>

<sup>46</sup> VJ/46-39/2021.

<sup>47</sup> VJ/46-31/2021., VJ/46-30/2021.

ténylegesen megjeleníthető hirdetések. A Samsung Zrt. szerint ebből az következik, hogy a felhasználó csak rendkívül korlátozottan szembesül az *Ad Tile* funkcióval, sőt, az könnyen figyelmen kívül hagyható, ha a fogyasztó úgy akarja.<sup>48</sup>

- Az *Ad Tile*-lal kapcsolatos hatósági vagy bírósági megkeresésekre nem került sor.
- A panaszok száma csekély, azonban a Samsung Zrt. számos lépést tett a fogyasztók tájékoztatása érdekében.
- Az okostelevisziók kapcsán az *Ad Tile*-lal kapcsolatos információk nem jelentősek. A Samsung Zrt. előadta, hogy az ár, a márka ismertsége, a képminőség, a képernyő mérete és a hangminőség azok a fő tényezők, amelyek a fogyasztókat a vásárlási döntés meghozatalában befolyásolják. A Samsung okostelevisziók ezen tényezők magas színvonalának elérésével rendkívül népszerűvé váltak az egész világon, és a Samsung okostelevisziók számos díjat kaptak képminőségük, használhatóságuk és kialakításuk magas színvonaláért.<sup>49</sup>
- Nem minden termékjellemző releváns egy átlagosan tájékozott fogyasztó üzleti döntése szempontjából. Az Európai Bíróság ítéletében megállapította, hogy az előre telepített szoftverrel felszerelt számítógép eladásából álló kombinált ajánlat keretében az egyes szoftverelemek ára feltüntetésének elmulasztása nem minősül olyannak, amely megakadályozza a fogyasztót abban, hogy megalapozott üzleti döntést hozzon (C-310/15. Sony). Ez az ítélet a Samsung Zrt. szerint azt mutatja, hogy még a legérzékenyebb információtypusról – nevezetesen az árinformációról – szóló tájékoztatás is mellőzhető lehet akkor, ha ennek az információnak nincs közvetlen kihatása a fogyasztó üzleti döntésére.
- Az okostelevisziók felhasználói felületén előzetes értesítés nélkül megjelenő hirdetések gyakoriak az iparágban, így valószínűleg a fogyasztók többsége már tudatában van annak, hogy az okostelevisziók felületén hirdetések jelenhetnek meg. Ennek az adja a jelentőségét a Samsung Zrt. szerint, hogy az üzleti döntés meghozatalával kapcsolatos információk lényeges minősége szorosan összefügg azzal, hogy a fogyasztónak milyen egyéb alternatívái vannak. Ha ugyanis a legtöbb okosteleviszió-gyártó reklámot jelenít meg a készüléken, akkor az ezzel kapcsolatos bármilyen előzetes tájékoztatás nem sokat változtatna a fogyasztó üzleti döntése szempontjából.
- Az okosteleviszió-reklámok egyes más gyártók esetében valójában zavaróak és agresszívek a fogyasztók szempontjából úgy, hogy a reklámok kikapcsolására nem adnak lehetőséget. Egyes más gyártók esetében a hirdetések a lejátszott tartalom jóval nagyobb részét fedik le, illetve a Samsung Zrt. szerint van olyan gyártó, amelynek esetében a hirdetés lényegében elfedi a lejátszott tartalmat anélkül, hogy a fogyasztó bármit is tehetne. A Samsung *Ad Tile* ezzel szemben – a működése miatt – könnyen akár figyelmen kívül is hagyható a fogyasztó részéről.

## V.2. Az eljárás alá vont észrevételei a vizsgálati jelentésre vonatkozóan

48. Az eljárás alá vont a VJ/46-60/2021. számú iratban a következőket adta elő a vizsgálati jelentésre tett észrevételei körében. A vállalkozás elsődlegesen azt kérte, hogy az eljáró versenytanács az eljárást jogsértés megállapítása – és jogkövetkezmények alkalmazása – nélkül szüntesse meg, másodlagosan pedig azt, hogy az általa előterjesztett módosított önkéntes kötelezettségvállalási javaslatot fogadja el.
49. Az eljárás alá vont kiemelte, hogy a bizonyítási teher – a törvényben kifejezetten rögzített kivételekkel – fogyasztóvédelmi tárgyú ügyekben egyértelműen a Gazdasági Versenyhivatal vállán nyugszik, különösen pedig azon követelményeknek szükséges érvényesülniük, hogy valamely ténykérdéssel kapcsolatos kétség esetén a végső döntés az eljárás alá vont fél számára

<sup>48</sup> VJ/46-5/2021.

<sup>49</sup> VJ/46-5/2021.

csupán kedvező lehet (az *in dubio pro reo* elve), minden indokolt kétséget kizáró bizonyítás hiányában jogsértés nem állapítható meg, ennél alacsonyabb bizonyítási mérce nem alkalmazandó és bármely, az eljáró hatóság vállán nyugvó bizonyítási terhet mérséklő követelményt megszorítóan kell értelmezni.

50. Az eljárás alá vont szerint pontos, világos és logikusan felépített tényállás (illetőleg az azt megalapozó bizonyítékok) hiányában a társasággal szemben jogsértés nem állapítható meg, a hatóság fogyasztóvédelmi ügyekben is magas bizonyítási mérce alapján köteles eljárni, de a vizsgálati jelentés helytelen ténybeli alapokon áll, és annak jogi következtetései megalapozatlanok.
51. Az eljárás alá vont a ténybeli tévedések és a bizonyítékokkal kapcsolatos aggályok körében előadta, hogy az internetről összegyűjtött fogyasztói vélemények/észrevételek bizonyításra nem alkalmasak. A példák egy része nem is Samsung, hanem egyéb készülékekre utal, továbbá egyes cikkek, illetve kommentek régiiek (2020 júniusát megelőzően keletkeztek) és ilyenformán a vizsgálat időbeli hatályán kívül esnek. A legtöbb esetben a cikk, illetve komment szerzője ismeretlen és nem ellenőrizhető, így még az is előfordulhat, hogy ezeket a cikkeket/kommenteket versenytársak írták.
52. Az eljárás alá vont a hivatkozott kommentek kapcsán sérelmezte, hogy nem egyértelmű, hogy a szerzők pontosan mely hirdetésekről beszélnek (a gyártó által megjelenített hirdetésekről, vagy az applikáció által közzétett tartalomjavaslatokról, vagy egyszerű online hirdetésekről, amelyek valamennyi internetes felületen elterjedtek), továbbá megkérdőjelezte a külföldi fogyasztók külföldi weboldalon megjelenő kommentjeinek relevanciáját. Álláspontja szerint továbbá egyes cikkek/kommentek hitelessége már csak azért is megkérdőjelezhető, mert abban nyújtanak tanácsot, hogy a fizetési kötelezettségek elkerülése érdekében hogyan játszhatók ki bizonyos rendszerek.
53. Az eljárás alá vont szerint továbbá a 2020 júniusa előtti, valamint 2021. szeptember 30. utáni kereskedelmi kommunikációk figyelmen kívül hagyandók, ugyanis az Ad Tile funkció bevezetésére 2020 júniusában került sor, majd a Samsung Zrt. az Ad Tile alkalmazását 2021. szeptember 30-án felfüggesztette, így a vizsgálat csak a 2020 júniusát követő és a 2021. szeptember 30-át megelőző időszakra terjed ki, ugyanis ez az az időszak, amelyen belül kommunikációs tartalmak közzétételre kerültek az Ad Tile-on belül. Az eljárás alá vont szerint így az állítólagosan jogsértő kommunikációk száma az eredetileg kifogásolt 23-ról mindössze 4-re<sup>50</sup> csökken, azzal, hogy álláspontja szerint még ez a 4 kommunikáció sem tekinthető jogszerűtlennek (az Ad Tile-ra vonatkozó információ nem tekinthető jelentősnek, ennek megfelelően a fogyasztók ügyleti döntését a Samsung vizsgált magatartása nem befolyásolhatta).
54. A [www.samsung.com](http://www.samsung.com) weboldalon található adatkezelési tájékoztató 2019. június 5. óta tartalmazza, hogy az okostelevíziók érdeklődésen alapuló hirdetéseket tartalmaznak, valamint azt, hogy az általános hirdetések nem kapcsolhatók ki: *„A Samsung Smart TV Beállítások menüjében bármikor letilthatja az ÉAH (Érdeklődésen alapuló hirdetési szolgáltatások) szolgáltatást. Az ÉAH szolgáltatással kapcsolatos adatvédelmi beállításai azonban nem befolyásolják azt, hogy érkeznek vagy megjelennek-e egyéb típusú, nem konkrétan a TV-nézési előzményein vagy a Samsung Smart TV-használati adatain alapuló hirdetések és marketingkommunikáció, vagy sem.”*
55. Az eljárás alá vont szerint nem igaz, hogy elkerülhetetlen az Ad Tile megtekintése (a „Beállítások” és a „Keresés” menüpontok eléréséhez). Az Ad Tile ugyanakkora, mint a Smart Hub bármely más alkalmazása/csempéje vagy funkciója. Bár igaz, hogy ha a felhasználó a „Beállítások” vagy a „Keresés” menüpontokon navigálva áthalad az Ad Tile-on, akkor annak

<sup>50</sup> <https://www.samsung.com/hu/tvs/qled-tv/highlights/>, <https://www.samsung.com/hu/tvs/tv-buying-guide/what-is-smart-tv>, <https://www.samsung.com/hu/tvs/smart-tv/highlights/>, a magyar Samsung.com weboldal termékdatalai

kiterjesztett verziója egy rövid pillanatig megjelenik. Amennyiben azonban a felhasználó nem érdeklődik az Ad Tile-on belül bemutatott tartalmak iránt, és ezért nem marad hosszabb ideig az Ad Tile-on, az Ad Tile kiterjesztett verziója mellett viszonylag gyorsan elhalad. A zavarás szintje – ha fennáll egyáltalán – minimális.

56. Az eljárás alá vont megjegyezte továbbá, hogy az adott okostelevízió modellvének függvényében kétféle távirányító (eredeti és egyszerűsített változat) létezik. Az eredeti változat távirányítóján egy „Menü” gomb található, amely lehetővé teszi a felhasználóknak, hogy a „Beállítások” menüpontot közvetlenül elérhessék anélkül, hogy át kellene haladniuk az Ad Tile-on.
57. Az eljárás alá vont hangsúlyozta, hogy a felhasználó a Smart Hubon belül kétféleképp navigálhat: a készülék távirányító gombjainak vagy a joystickjának segítségével. Az Ad Tile a „Beállítások” és „Keresés” menüpontokhoz legközelebb eső alkalmazáscsempe. A Smart Hub megnyitásakor – amennyiben a felhasználó a távirányító gombjait használja – a kiindulópont a közvetlenül az Ad Tile-t megelőző alkalmazáscsempe. A felhasználó a „Beállítások” és „Keresés” menüpontok eléréséhez áthalad az Ad Tile-on, ugyanakkor amennyiben a felhasználó nem marad az Ad Tile-on, az csupán egy röpké pillanatra nagyítódik fel, tehát azt a felhasználó ugyanúgy láthatja és észleli, mint a Smart Hub egyéb alkalmazáscsempéit. Az eljárás alá vont szerint az Ad Tile nem tekinthető a többihez képest zavaróbbnak, sem az egyéb – pl. Netflix, YouTube – alkalmazáscsempékhez képest egyedi/specifikus funkciónak. Ennél fogva az Ad Tile se nem zavaró, se nem lényegi funkció.
58. Az eljárás alá vont szerint az Fttv. sérelme nem állapítható meg. Megjegyezte, hogy az Ad Tile nem tekinthető olyan hirdetésnek, amely gyakorta látható különböző weboldalakon (felugró ablakok formájában) vagy a YouTube ingyenes verziójában. A hirdetések kvázi kötelező megtekintése a videó lejátszása előtt (a YouTube esetében), illetve a hirdetés meghallgatásának kényszere a soron következő kedvenc dal előtt valóban kiábrándító élmények. Az Ad Tile működési mechanikája ugyanakkor ettől eltérő.
59. Az Ad Tile mind méretében, mind elhelyezésében sokkal kevésbé tovakodó, és nem zavarja a felhasználó televíziós élményét, továbbá a felhasználók nem kötelesek az Ad Tile-t megtekinteni, hiszen az bármikor elrejthető. Az Ad Tile sosem jelenít meg hirdetést az eszköz különböző célú használati során.
60. Az Ad Tile megjelenítésekor az új tartalmak felfedezésének forrásául szolgál, hiszen az olyan filmeket és sorozatokat ajánl, amelyek a felhasználók körében népszerűek, illetve sok tekintetben egy igen informatív eszköz, amely hatékonyan alkalmazható a felhasználók előnyére. Volt példa rá, hogy a Samsung Zrt. az Ad Tile-t közérdekű bejelentések megtételére használta, ami a felhasználók számára komoly előnyökkel jár. Továbbá egyetlen más ország közigazgatási hatósága sem kezdeményezett vizsgálatot vagy fogalmazott meg aggályokat az Ad Tile-lal, valamint annak tájékoztatásával kapcsolatban, ami az eljárás alá vont szerint szintén alátámasztja, hogy az Ad Tile nem tekinthető olyan lényeges funkciónak, amelyről indokolt volna előzetes tájékoztatást nyújtani.
61. Az eljárás alá vont szerint tehát a jelen ügyben az Fttv. sérelme nem állapítható meg, hiszen a megtévesztő mulasztás konjunktív feltételei nem állnak fenn: az okostelevíziókon megjelenő Ad Tile nem tekinthető jelentős információnak, és a Samsung Zrt. magatartása a fogyasztók ügyleti döntését nem befolyásolhatta. Az eljárás alá vont tapasztalatai szerint – a releváns fogyasztói felmérésen alapuló bizonyítékok által alátámasztottan – a fogyasztók ügyleti döntését befolyásoló főbb tényezők az okostelevíziók esetében az ár, a márkaismertség, a képminőség, a képernyőméret és a hangminőség, illetve a hivatal nem igazolta az irányadó bizonyítási mércének megfelelően, vagyis minden indokolt kétséget kizáró módon, hogy a hirdetések jelenléte (akár az okostelevízió Smart Hubján belül, akár máshol) egyértelműen a befolyásoló főbb tényezők között lenne. Az eljárás alá vont szerint a hirdetések jelenléte nem olyan tényező,

amely az Fttv. 4. § (1) bekezdése szerinti észszerűen tájékozott fogyasztó számára relevanciával bírna (az eljárás alá vont Ad Tile-lal kapcsolatos gyakorlata a hivatal korábbi ügyeivel még csak össze sem vethető).

62. Az eljárás alá vont hangsúlyozta, hogy nem ismerte el implicite ezen információk jelentőségét azáltal, hogy a hirdetések megjelenítésével kapcsolatos információkat helyezte el a termékek dobozain és az ÁSZF-ben, valamint azáltal, hogy a mobiltelefonokon és táblagépeken csökkentette azon applikációk számát, amelyek hirdetéseket jelenítenek meg. A társaság – azzal együtt, hogy álláspontja szerint a hirdetések megjelenítése nem minősül jelentős információnak – úgy döntött, hogy a felhasználókat tájékoztató jelleggel értesíti. Mivel a közzétett hirdetések egy része érdeklődésalapú (azaz célzott hirdetés), a társaság célravezetőnek érezte, hogy ezen információt ne csak az adatkezelési tájékoztatójában, hanem az ÁSZF-ben és a termékek dobozain is közzétegye.
63. Az eljárás alá vont szerint a mobiltelefonokkal és táblagépekkel történő összevetés nem adekvát, tekintettel arra, hogy az Ad Tile funkció lényegesen különbözik a mobiltelefonokon és táblagépeken megjelenített hirdetésektől. A legtöbb mobiltelefonra és táblagépre készült alkalmazásban a hirdetések olyan bannerek formájában jelennek meg, amelyeket nem lehet lekapcsolni, ami a fogyasztói élményt negatívan befolyásolhatja, és ezért adott esetben a fogyasztókkal közlendő jelentős információnak minősülhet. Az Ad Tile ugyanakkor a televízió képernyőjén nem rendelkezik állandó jelenléttel, csakúgy, mint ahogyan maga a Smart Hub sem, és csupán akkor jelenik meg, amikor a felhasználó a Smart Hub alkalmazáscsompjai között navigál. Ezen felül a felhasználó a Smart Hubot bármikor elrejtheti, és semmilyen módon nem köteles a hirdetések „elviselésére”. Ezek a kulcsfontosságú különbségek kizárják a különböző okoskészülékek egymással történő összehasonlítását.
64. Az eljárás alá vont szerint továbbá fogyasztói szemszögből nézve az Ad Tile – mint információforrás – nem különbözik egyéb, a Smart Hubon keresztül elérhető releváns tartalmaktól, így amennyiben az eljáró versenytanács önmagában az Ad Tile-t kifogásolná, abban az esetben általában az okostelevisiók, illetőleg azok Smart Hubjai is kifogás tárgyává lennének tehetők. Megjegyezte továbbá, hogy nem minden fogyasztó rendelkezik előfizetéssel az előre telepített alkalmazásokhoz és nem valamennyi fogyasztó veszi igénybe az előfizetéshez nem kötött előre telepített applikációkat.
65. Az eljárás alá vont kiemelte, hogy számára minden panasz lényeges, illetve azokat eleve kötelessége kivizsgálnia a fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény alapján, azonban a jelen ügybeli (alacsony számú) eseteket kontextusukban szükséges vizsgálni. Tény ugyanis, hogy a releváns panaszok a megvásárolt okostelevisiók kevesebb mint 0,004%-át teszik ki, tehát csak nagyon csekély számú és arányú fogyasztó tekintette a problémát olyan nagyságrendűnek, hogy azzal az általa megvásárolt készülék gyártójához fordult, míg a különböző internetes fórumokon közzétett kommentek a társaság gyakorlatának megítélésekor nem vehetők figyelembe (még csak az sem ellenőrizhető, hogy a kommentelők az Ad Tile-lal érintett Samsung Smart televíziókat megvásárolták-e).
66. A panaszok (csekély számuk miatt) az átlagfogyasztó attitűdjét nem tükrözik. A beérkezett panaszok csekély számára tekintettel a társaság határozott álláspontja, hogy magatartása nem volt alkalmas arra, hogy az észszerűen tájékozott fogyasztó ügyleti döntését befolyásolja. A beérkezett panaszok csekély száma igazolja, hogy az észszerűen tájékozott fogyasztó számára az Ad Tile jelenléte nem zavaró elem (adott esetben nem is észleli azt). Ebben a körben utalt az eljárás alá vont egy olyan döntésre,<sup>51</sup> miszerint „*Nem helyén való ugyanakkor egy meghatározott csoporthoz tartozó átlagfogyasztó bíróság általi meghatározását egyéni fogyasztókból álló kisméretű mintára alapítani.*”

---

<sup>51</sup> FS-2019-000001 Markets Authority v. Care UK Health and Social Holdings Ltd (High Court of Justice Business and Property Courts of England and Wales)

67. Az eljárás alá vont kiemelte továbbá, hogy minden egyes hirdetésnek meghatározott expozíciós száma van, ami egyben azt is jelenti, hogy sérelemtől nem is beszélhetünk, hiszen a fogyasztókat a hirdetési funkció nem is érinti. Szintén lényeges, hogy azokban a korlátozott esetekben, amikor az Ad Tile-on belül hirdetések jelennek meg, ezek közül számos olyan tartalomajánlás, amely segít a felhasználóknak abban, hogy új vagy népszerű filmeket, illetve sorozatokat fedezhessenek fel.
68. A társaság álláspontja, hogy amennyiben volnának egyéb, az ügyleti döntés meghozatalakor lényegesnek ítélt jellemzők is – például, hogy megjelennek-e hirdetések az adott okostelevízió –, akkor ezek a piaci felmérésekben minden bizonnyal szerepelnének. Ennek ugyanakkor a társaság semmi jelét nem látja, még az online okostelevízió-vásárlási útmutatók esetében sem. Továbbá, a vizsgálati jelentés maga is utal arra, hogy a Samsung okostelevíziók megítélése „*kifejezetten pozitív a magyarországi fogyasztók körében*”, ami alátámasztja, hogy az Ad Tile-lal kapcsolatos tájékoztatás (hiánya) a fogyasztók ügyleti döntésére nem lett volna kihatással.
69. Az eljárás alá vont szerint ekként egyértelmű, hogy az Ad Tile nem tekinthető jelentős információnak, illetve a fogyasztók ügyleti döntését a társaság magatartása nem befolyásolhatta, ami ugyancsak amellett szól, hogy az Ad Tile nem tekinthető jelentős információnak. Az eljárás alá vont tehát nem mulasztott el az Ad Tile-lal kapcsolatban jelentős információkat megosztani a fogyasztókkal, ezáltal pedig nem valósította meg az Fttv. 7. § (1) bekezdésében foglalt tényállást, és nem sértette meg az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat.
70. Megjegyezte továbbá, hogy nem alkalmazott olyan kifejezett kereskedelmi kommunikációt, amelynek fő üzenete az okostelevízió funkció vagy a Smart Hub hasonló funkciói lettek volna, így a különböző konkrét kereskedelmi kommunikációk (eDM levél, sajtóközlemények és a YouTube videók) nem tekinthetők jogszerűtlennek. Ennél fogva a jelen ügyben eldöntendő egyetlen kérdés az az eljárás alá vont szerint, hogy a Samsung köteles lett volna-e az Ad Tile funkcióval kapcsolatos információkat a honlapján, az érintett okostelevíziók termékoldalain közzétenni. Az eljárás alá vont szerint ugyanis még abban az esetben is, ha egy hirdetés vagy valamely egyéb kereskedelmi kommunikáció említi is az okostelevíziókat, nem lenne sem adekvát, sem ésszerű, ha az okostelevízió valamennyi létező funkciója említésre kerülne – ez a megközelítés jócskán túlmutat a hatóság által lefektetett követelményeken. Amennyiben több termékjellemző kerül említésre, de valamennyi a műszaki jellemzők kategóriájába esik, még az sem jelenti azt, hogy az adott kommunikációnak olyan jellemzőket is érintenie kellene, amelyek az említett műszaki jellemzőkhöz nem kapcsolódnak. Következésképpen megalapozatlan a hangsúlyozott termékjellemzők számára alapítani a különbségtételt, ahelyett, hogy azt vizsgálnánk, hogy az adott termékjellemző kapcsolódik-e az Ad Tile-hoz avagy sem. Az Ad Tile-lal kapcsolatos tájékoztatás abban az esetben lehet releváns az eljárás alá vont szerint, ha az adott kommunikáció olyan funkciót mutat be, amely az Ad Tile-t magában foglalja, vagy ahhoz szorosan kapcsolódik (pl. a televízió operációs rendszerének tartalomhoz kapcsolódó felhasználói felülete, alkalmazások). A jelen ügyben ugyanakkor a társaság nem tett közzé olyan kereskedelmi kommunikációt, amely ezekre a funkciókra fókuszált volna.
71. Az eljárás alá vont szerint továbbá bírság kiszabása nem indokolt, ugyanis a speciális és generális prevenciók célokat nem szolgálná. Mivel olyan újszerű ügyről van szó, amellyel kapcsolatban korábbi joggyakorlat nem áll rendelkezésre, az egész piac számára lényegesebb és célravezetőbb volna egyértelmű iránymutatással szolgálni (a jövőre mutató korrektív intézkedés formájában), mintsem bírságot kiszabni.

### **V.3. Az eljárás alá vont észrevételei az előzetes álláspontra vonatkozóan**

72. Az eljáró versenytanács VJ/46-68/2021. számú előzetes álláspontjára az eljárás alá vont a VJ/46-72/2021. számú iratban tette meg az észrevételeit, fenntartva azon álláspontját, hogy az eljárás tárgyát képező magatartás összhangban volt az alkalmazandó jogszabályokkal, és így jelen eljárás jogsértés hiányában történő megszüntetése lenne indokolt.



73. Az eljárás alá vont kifogásolta, hogy az eljáró versenytanács analógiát vont az Ad Tile bevezetése és a szoftverfrissítések szerepével kapcsolatos uniós jogalkotás között, ugyanis az analógia nem tűnik relevánsnak a jelen ügyben, mivel a biztonsági és egyéb szoftverfrissítésekhez azért kapcsolódik értesítés, hogy a fogyasztók a készülékeiket továbbra is biztonságosan és a legfrissebb sztenderdeknek megfelelően tudják használni. Az Ad Tile viszont csupán egy az okostelevízió számos funkciója közül, és nem kapcsolódik a készülék biztonságához és/vagy megfelelő működéséhez.
74. Szintén sérelmezte az eljárás alá vont, hogy az eljáró versenytanács több olyan alkalmazást említ, melyek egy adott reklámozási modellt használnak, azonban ezek az alkalmazások alapjaiban különböznek attól, ahogy a Samsung okostelevíziók működnek mind jogi, mind kereskedelmi szempontból, ezért ezeket a példákat sem tartja relevánsnak. Az eljárás alá vont álláspontja szerint egy alkalmazás reklámmentes változatának előfizetése nem hasonlítható egy olyan eszköz megvásárlásához, mint egy okostelevízió. A felhasználók a kép- és hangminőség, valamint az okostelevízió olyan funkciói miatt vásárolnak televíziót, mint a népszerű alkalmazások (pl. Netflix, Youtube) elérése. Ha a felhasználó az okostelevízió funkció használata mellett dönt, valóban találkozhat az Ad Tile-lal, de az Ad Tile nem „aktiválja” magát (mint például a YouTube ingyenes verziójának reklámja). Az Ad Tile tehát csak lehetőséget kínál a felhasználók számára, hogy „megnyissák” azt, és megnézzenek egy hirdetést, de az Ad Tile soha nem „kényszeríti” a felhasználót arra, hogy hirdetéseket nézzen. A felhasználó elvárása egy alkalmazás reklámmentes változatának előfizetésekor tehát merőben más, mint egy okostelevízió megvásárlásakor.
75. Az eljáró versenytanács által hivatkozott VJ/32/2016. számú ügy kapcsán az eljárás alá vont azt fejtette ki, hogy az ügy alapjaiban különbözik a jelen ügytől, mind ténybeli, mind jogi háttérét tekintve. A különbség különösen ott érhető tetten, hogy a biztonsági- és egyéb szoftverfrissítésekről szóló tájékoztatásnak teljesen más a célja, mint az Ad Tile megjelenítésének, továbbá kiemelendő az is, hogy a fenti ügyben a felhasználókat valóban érthette számszerűsíthető anyagi/pénzügyi veszteség azáltal, hogy fizetniük kellett a felhasznált mobilinternetért - ehhez képest jelen ügyben fel sem merül, hogy a felhasználókat anyagi kár érthette volna.

#### **V.4. Az eljárás alá vont kötelezettségvállalása**

76. Az eljárás alá vont először a VJ/46-21/2021. számú iratban, a vizsgálati szak elején nyújtotta be potenciális kötelezettségvállalási javaslatát, majd a vizsgálattal történt személyes meghallgatás<sup>52</sup> követően a VJ/46-38/2021. számú iratban benyújtotta a módosított vállalási csomagját. Az eljárás alá vont VJ/46-60/2021., VJ/46-64/2021., VJ/46-66/2021. és VJ/46-72/2021. számú beadványai tartalmazzák a kötelezettségvállalási nyilatkozatának azon változatát, illetve kiegészítéseit, indokolását, amit az eljáró versenytanács mérlegelt.

### **VI.**

#### **Jogsabályi háttér**

77. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése értelmében ez a törvény állapítja meg a termékhez kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen jogsabályhely (2) bekezdése szerint e törvény arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely Magyarország területén valósul meg, továbbá arra is, amely Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint.

---

<sup>52</sup> VJ/46-26/2021.

78. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése kimondja, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. Az Fttv. 3. §-ának (3) bekezdése szerint a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).
79. Az Fttv. 7. § (1) bekezdése értelmében megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely
- a) - figyelembe véve valamennyi tényszerű körülményt, továbbá a kommunikáció eszközének korlátait - az adott helyzetben a fogyasztó tájékozott ügyleti döntéséhez szükséges és ezért jelentős információt elhallgat, elrejt, vagy azt homályos, érthetetlen, félreérthető vagy időszerűtlen módon bocsátja rendelkezésre, vagy nem nevezi meg az adott kereskedelmi gyakorlat kereskedelmi célját, amennyiben az a körülményekből nem derül ki, és
  - b) ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas (a továbbiakban: megtévesztő mulasztás).
80. Az Fttv. 10. § (3) bekezdése szerint a Gazdasági Versenyhivatal kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas. Az Fttv. 11. § (1) bekezdése szerint a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál – a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével – a következő szempontok irányadóak:
- a) az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközének jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára vagy a jogsértéssel érintett termék mennyiségére, vagy
  - b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján.
81. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a Gazdasági Versenyhivatal eljárása tekintetében a Tpv. rendelkezéseit kell alkalmazni.
82. Az eljáró versenytanács határozatában a Tpv. 76. § (1) bekezdésének m) pontja értelmében a vállalkozást a kötelezettségvállalás teljesítésére kötelezi a Tpv. 75. § alapján.
83. A Tpv. 75. § (1) bekezdés értelmében, ha a 67. § (2) bekezdése alapján indított versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált magatartás tekintetében az ügyfél kötelezettséget vállal arra, hogy magatartását meghatározott módon összhangba hozza az alkalmazandó jogszabályi rendelkezésekkel, és a közérdek hatékony védelme ilyen módon is biztosítható, az eljáró versenytanács határozatában kötelezővé teheti a vállalat teljesítését anélkül, hogy a határozatban a jogsértés megvalósulását vagy annak hiányát megállapítaná. Ha az ügyfél a vizsgált magatartással időközben felhagyott, a magatartás ismételt tanúsításának elkerülését biztosító átlátható és ellenőrizhető magatartási szabályok betartására vállalható kötelezettség.
84. A Tpv. 75. § (2) bekezdés alapján az eljáró versenytanács az (1) bekezdés szerint meghozott határozatában foglalt kötelezettségeket határozott időre fogadhatja el, és a határozat tartalmazza, hogy a Gazdasági Versenyhivatal - sem a határidő letelte előtt, sem annak eredményes letelte után - semmilyen vizsgálati cselekményt nem végez a jogsértés megvalósulásának vagy hiányának feltárása érdekében. Ez a rendelkezés nem érinti az utóvizsgálat lefolytatását.
85. A Tpv. 75. § (3) bekezdése szerint az eljáró versenytanács az (1) bekezdés szerinti határozatát az alábbi esetekben is módosítja:
- a) a kötelezett vállalkozás kérelmére, ha a kötelezett a határozatban előírt valamely kötelezettséget rajta kívül álló elháríthatatlan ok miatt nem tudja teljesíteni, vagy

- b) a kötelezett vállalkozás kérelmére vagy hivatalból, ha a határozatban előírt valamely kötelezettség teljesítése a körülmények változása, így különösen a piaci viszonyok, a verseny feltételeinek módosulása folytán a továbbiakban nem indokolt,

és a kötelezettségvállalással elérni kívánt eredmény más módon is elérhető.

86. A Tpv. 75. § (4) bekezdése értelmében a (3) bekezdés a) pontja szerinti kérelem a kötelezettség teljesítését megakadályozó okról való tudomásszerzéstől számított tizenöt napon belül, de legkésőbb az ok felmerülésétől számított két hónapon belül terjeszthető elő.
87. A Tpv. 75. § (5) bekezdése alapján az eljáró versenytanács az (1) bekezdés szerinti, a közigazgatási bíróság által el nem bírált határozatát visszavonja akkor is, ha a határozat a döntés szempontjából lényeges ténynek a kötelezett vállalkozás általi félrevezető közlésén alapult.
88. A Tpv. 75. § (6) bekezdése szerint ha a vállalkozás nem teljesítette az (1) bekezdés szerinti határozatban, illetve a (3) bekezdés szerint módosított határozatban előírt kötelezettséget, az eljáró versenytanács a vállalt kötelezettséget előíró határozat alapját képező közérdek hatékony érvényesülése szempontjának - a kötelezettségvállalással érintett piaci viszonyok jellegére, a fennálló versenyfeltételekre, továbbá a vállalt kötelezettség addigi teljesítésének mértékére, a mulasztás tekintetében a vállalkozás magatartásának felróhatóságára is figyelemmel történő - mérlegelése alapján a határozatot visszavonja vagy bírságot szab ki.
89. A Tpv. 75. § (6a) bekezdése értelmében ha az (1) bekezdés szerinti határozat meghozatala a kötelezett vállalkozás által közölt hiányos, helytelen vagy félrevezető információn alapult, az eljáró versenytanács a vállalt kötelezettséget előíró határozat alapját képező közérdek hatékony érvényesülése szempontjának - a kötelezettségvállalással érintett piaci viszonyok jellegére, a fennálló versenyfeltételekre, továbbá a vállalt kötelezettség addigi teljesítésének mértékére, a mulasztás tekintetében a vállalkozás magatartásának felróhatóságára is figyelemmel történő - mérlegelése alapján a határozatot visszavonhatja.
90. A Tpv. 75. § (7) bekezdésének b) pontja szerint a határozat a (6) és a (6a) bekezdés szerinti esetben a kötelezettség teljesítésére előírt határidő lejártától, folyamatos kötelezettség esetén a kötelezettség megsértésétől számított öt éven belül vonható vissza.
91. A Tpv. 46. § (1) bekezdése szerint az általános közigazgatási rendtartásról szóló 2016. évi CL. törvény (a továbbiakban: Ákr.) rendelkezéseit a versenyfelügyeleti eljárásban akkor kell alkalmazni, ha azt a törvény kifejezetten előírja.

## VII.

### Az értékelés keretei és a vizsgált magatartás kapcsán felmerült kérdések

92. Figyelemmel arra, hogy az eljáró versenytanács kötelezettségvállalást fogadott el a jelen versenyfelügyeleti eljárásban, így az értékelés keretei körében csak azon megállapításokat rögzíti, amelyek relevánsak a kötelezettségvállalás elfogadása kapcsán (illetve abban a tekintetben, hogy miért nincs helye a versenyfelügyeleti eljárás megszüntetésének, mivel az eljárás alá vont elsődlegesen a versenyfelügyeleti eljárás megszüntetését tartotta indokoltnak), illetve amelyek a jelen ügyön túlmutatóan, akár a kötelezettségvállalás teljesítése körében is irányadóak lehetnek.

#### VII.1. Az eljáró versenytanács megjegyzései az eljárás alá vont észrevételei kapcsán

93. Ugyan a jelen ügyben tervezett jogkövetkezmény miatt az eljáró versenytanács a magatartás értékelését nem végezheti el, azonban mindenképpen szükségesnek tartja néhány megjegyzéssel, észrevétellel azt is egyértelművé tenni, hogy miért nincsen helye a versenyfelügyeleti eljárás megszüntetésének, és miért és milyen módon indokolt a sérelmezett magatartás korrekciója.

94. Az eljáró versenytanács az eljárás alá vont vállalkozás észrevételei alapján elsődlegesen azt kívánja kiemelni, hogy nem az Ad Tile bevezetése jelenti a fogyasztóvédelmi problémát, hanem ezen jelenségről szóló előzetes tájékoztatás hiánya, hiszen egy – kereskedelmi gyakorlat közzétételére is alkalmas – felületként működik az okostelevízió (illetve annak menüje). Az eljáró versenytanács nem ért egyet azzal, hogy a hiányolt információ pusztán szorosan a Smart Hub vagy az Ad Tile kapcsán lenne releváns, hanem általában kérdéses, hogy tudta-e, illetve feltételezhette-e a fogyasztó, hogy az okostelevízió egyes felületein, a fogyasztani kívánt tartalomtól kívül lehetnek-e reklámok. Ekként fogyasztói szempontból ténylegesen mindegy is, hogy hol és milyen műszaki megoldás révén jelennek meg a hirdetések és egyéb kereskedelmi gyakorlatok.
95. Az eljáró versenytanács nem vitatja, hogy a fogyasztói döntéseket befolyásoló egyik legfontosabb tényező a termék ára. A jelen ügyben azonban arra is figyelemmel kell lenni, hogy a Samsung vagy bármely más márkájú okos készülékek, okostelevíziók ára nem pusztán a gyártótól függ, hiszen különböző ár-akciókra a kereskedők részéről is sor kerülhet, sőt, az árak kommunikációja a legtöbb esetben a kiskereskedői oldalon jelenik meg. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a fogyasztók olyan termékek vásárlása esetén, mint egy jelentősebb kiadással járó okostelevízió vagy egy-egy (valamely egyéb jellemző által kiválasztott) konkrét termék különböző csatornán, különböző kereskedőknél elérhető ajánlatait (árát) veti össze, vagy egy adott csatorna (kereskedő, piactér, webáruház stb.) kínálatában választja ki a számára valamely szempontból (pl. az ár-érték arányában) a legmegfelelőbbet.
96. Az eljáró versenytanács szerint így az egyes termékek (a különböző márkájú okostelevíziók) összehasonlítása a különböző akciókra és konstrukciókra is tekintettel pusztán árak alapján nem szükségszerűen lehetséges, ezért a fogyasztók további – adott esetben az okostelevízió szórakoztatási funkcióival összefüggő – tényezőket, jellemzőket is figyelembe vesznek. Továbbá kiemelendő az is, hogy az érintett termékkör magasabb árfekvésű, drágább fogyasztási cikkek közé tartozik, így a minőségi jellemzők nagyobb szerepet kaphatnak, továbbá egy, a fogyasztói élményt, kikapcsolódást szolgáló, ilyen funkcióval bíró termék esetében életszerű, hogy azok a jellemzők különösen fontosak, amelyek az élményt meghatározzák, befolyásolják. Az eljáró versenytanács véleménye szerint a jelen esetben is ez történik: az okostelevízió olyan felület, amely például reklám vagy egyéb, a fogyasztók szórakozását nem támogató tartalmak közvetítésére is alkalmas, ezért életszerű, hogy a fogyasztók választását érdemben befolyásolhatja az, hogy találkoznak reklámokkal vagy sem, és azonos feltételek mentén azt a terméket választják, amely reklámmentes (illetve amelyen keresztül kevesebb számukra nem szórakoztató, nem kívánt, felesleges tartalmat, például reklámot észlelhetnek). Ezt támasztja alá az is, hogy egyes applikációk, digitális vagy streaming szolgáltatások esetében éppen az a legfontosabb (tulajdonképpen alapvető, a szolgáltatás kiválasztása során elsődleges) választási helyzet, hogy vagy fizetett szolgáltatást választ a fogyasztó, ahol a reklámoknak és az egyéb, nem kívánt tartalmaknak való kitettség és az átláthatatlan adatkezelés kockázata alacsony, vagy nem fizet érte előfizetési díjat, azonban mindezekkel szemben „túrési” kötelezettséggel tartozik.
97. Az eljárás alá vont maga is úgy nyilatkozott, hogy a fogyasztók a kép- és hangminőség, valamint az okostelevízió olyan funkciói miatt vásárolnak televíziót, mint a népszerű alkalmazások elérése – az eljáró versenytanács szerint ezen alkalmazások népszerűségének éppen az az egyik kulcsa, hogy a fogyasztók választanak tartalmat, azonban a tartalom választása okoseszközök használata (azaz választása) nélkül nem is értelmezhető, illetve azzal szorosan összefügg.
98. Az eljáró versenytanács szerint tehát egy reklám-funkció, reklám közzétételi lehetőség megléte fontos: számos platformon az egyik legfontosabb választási helyzet (azaz egyre fontosabb jellemző), hogy egy felület (adott esetben a reklámkerülés érdekében vásárolt előfizetéshez használt okostelevízió) nézése közben van-e figyelemterelő reklám vagy sem, továbbá hogy a reklám-követési kötelezettségnél nincs pénzbeli kötelezettség, illetve hogy milyen mértékű

díjfizetés ellenében használhatja a fogyasztó a reklámmentes verziót. Az eljáró versenytanács szerint nem megalapozott az eljárás alá vont azon kifogása, hogy eltérő funkciójú termékekkel, így okostelevízióval és különböző applikációkkal kapcsolatos választást, ügyleti döntéseket vet össze az eljáró versenytanács – az eljáró versenytanács szerint ugyanis az, hogy nem pontosan azonosak a lehetséges ügyleti döntések és motivációk, még nem zárja ki sem az átfedéseket, sem az egyéb összefüggéseket és azt különösen nem, hogy ezen különböző ügyleti döntések során azonos vagy hasonló szempontok, preferenciák, igények (pl. reklám-kerülés) érvényesüljenek.

99. Az eljáró versenytanács kiemeli továbbá, hogy a panaszok hiánya (alacsony száma) nem azt tükrözi, hogy a fogyasztókat nem zavarja, hanem azt, hogy kevesen éltek formális panasszal (azonban ez a tény sem az elégedettséget, sem pedig annak a hiányát nem jelenti, hogy az információk ismeretében másként dönthettek volna a fogyasztók), a panaszok tartalma azonban azt tudja igazolni, hogy az a fogyasztó, aki érzékelte a változást, illetve az Ad Tile-ban megjelenő reklámokkal találkozott ténylegesen mit gondolt, miért és hogyan zavarta, milyen döntési szempontokat tartott relevánsnak.<sup>53</sup>
100. Lényeges továbbá, és éppen ezen körülmény (egy kezdődő folyamat, egy fogyasztói körülményt igénylő változás) indokolja a jelen esetben a kötelezettségvállalás elfogadhatóságát, hogy sem a Samsung készülékek, sem más okostelevíziók esetében a felületen észlelhető reklámok még nem terjedtek el annyira, hogy ezek jelentősége szerepeljen a kutatásokban, de amint ezzel a jelenséggel a fogyasztók szélesebb körben, több reklám vagy felületi lehetőség révén szembesülnek és még több visszajelzést tesznek, annál nagyobb az esélye, hogy a kutatásokban is megjelenik a kérdés. Maga a Samsung Zrt. is csak néhány éve vezette be a funkciót (majd korlátozta önmagát, így a fogyasztók nem is találkozhattak reklámokkal). Egyébiránt az eljáró versenytanács ebben a körben is hangsúlyozza, hogy nem a reklámok megjelenítése a probléma, hanem az előzetes tájékoztatás hiánya.
101. Az eljáró versenytanács elfogadja, hogy az Ad Tile-on belüli reklámokat (odafigyeléssel) kikerülhetik a fogyasztók – ez azonban nem azt alapozza meg, hogy nem lett volna szüksége a fogyasztónak a kiegyensúlyozott (az ügyleti döntést megelőző) tájékoztatásra, a reklám-lehetőséggel kapcsolatos információra és így nincs jogsértés, hanem azt, hogy a mulasztás nem súlyos és részben korrigálható.
102. Az eljáró versenytanács szerint az internetről összeszedett fogyasztói vélemények bizonyításra való alkalmatlanságával kapcsolatos eljárás alá vonti megjegyzések nem relevánsak tekintettel arra, hogy ezek a fogyasztói viselkedés, a fogyasztók számára lényeges szempontok és a lehetséges fogyasztó viselkedés, illetve a preferenciák bemutatását szolgálják, és nem a konkrét kereskedelmi gyakorlattal vagy éppen a Samsung termékeivel kapcsolatos fogyasztói álláspontot hivatottak igazolni – így ebből a szempontból sem a pontos vizsgált időszak, sem a fogyasztói kommentek, megjegyzések pontos tárgya, az érintett termék vagy márka nem releváns, pusztán az, hogy a fogyasztók egyes felületeken, például az okostelevíziókon nem várnak reklámot (különösen nem úgy, hogy arról korábban semmilyen csatornán keresztül, így az egyes ajánlatok összevetése, az adott készülék kiválasztása során sem kaptak tájékoztatást).

---

<sup>53</sup> Az eljáró versenytanács ebben a körben utal a VJ/73/2013. számú ügyben hozott Kfv.II.38.130/2015/5. számú kúriai ítéletre, amely kiemeli, hogy a jogsértés nem a hátrány bekövetkezéséhez kapcsolódik és nem feltétele a jogsértés megállapításának döntési eltérés bekövetkezése, azaz a jogsértés megállapításához elegendő a megtévesztésre való alkalmasság is, továbbá, hogy akár egy fogyasztóval szemben elkövetett megtévesztő kereskedelmi gyakorlat is jogszabálysértő. A Fővárosi Törvényszék VJ/64/2015. számú ügyben hozott 13.K.700.026/2018/11. számú ítélete azt rögzítette, hogy a panaszok elmaradása számos, a jogsértés mértékével közvetlen összefüggésbe nem hozható tényező lehet az oka, továbbá hogy a fogyasztói sérelem bekövetkezése és az ezt követő igényérvényesítés elkülönül, és nem feltétlenül együtt járó fogyasztói magatartás. A panaszok esetleges kis számának, vagy akár teljes hiányának oka lehet az adott termék relatív újdonsága, hátrányos tulajdonságainak időben eltérő megjelenése, a célcsoport csekély érdekeltsége és érdekvérvényesítő képessége, vagy akár a fogyasztók kognitív disszonanciája is.

103. Egyébiránt a vizsgált időszakot nem a funkció alkalmazása, hanem a bevezetése és az aktuális kereskedelmi gyakorlat tartalma határozza meg, azaz nem a reklámok Ad Tile-on való közzétételének az ideje számítana, hanem annak a hiányos kereskedelmi gyakorlatnak az időszaka, amikor az eljárás alá vont nem adott információt arról, hogy van egy olyan funkció, amivel reklámokat is észlelhet a fogyasztó. Értelemszerűen nem biztos, hogy a funkció bevezetése előtt erről tudta volna érdemben tájékoztatni a fogyasztókat az eljárás alá vont, de azt követően, hogy bevezetésre került, már képes lett volna erről tájékoztatást adni akár a készülékek használata, akár a megvásárlása mint üzleti döntés tájékozottságának, megalapozottságának az érdekében.
104. Szintén nem tudta elfogadni az eljáró versenytanács azt, hogy az Ad Tile alkalmazásának felfüggesztése a vizsgált időszakra is hatással van, ugyanis nem a funkció bevezetése, illetve felfüggesztése okozta a sérelmet, hanem az, hogy lehetőség van reklámot megjeleníteni, miközben erről előzetesen, a készülék vásárlását megelőzően a fogyasztók nem tudtak, és a funkció bármikor újra élesíthető. A jogsértő időszakot a kereskedelmi gyakorlat módosítása, a hiányolt információ fogyasztókkal való megosztása és nem az Ad Tile alkalmazásának a módosítása befolyásolja.
105. Az eljárás alá vont azon érve kapcsán, hogy nem minden fogyasztó rendelkezik előfizetéssel az előre telepített alkalmazásokhoz vagy veszi igénybe az előfizetéshez nem kötött előre telepített applikációkat, ezért az előre telepített alkalmazások csempéit és a televíziós távirányító különböző alkalmazásgombjait is kifogás tárgyává lehetne tenni, az eljáró versenytanács pusztán annyit kíván kiemelni, hogy azzal egyetért, hogy azon fogyasztó számára, aki nem előfizetője ezen szolgáltatásoknak, ezen jelzések (adott esetben műsorajánlók, bemutatók) akár reklámként is felfoghatóak, bár életszerűen inkább a használatot megkönnyítő funkciókról van szó.
106. Az eljáró versenytanács nem kíván állást foglalni abban (részben a Gazdasági Versenyhivatal hatásköre hiányában, részben azért, mert a rendelkezésre álló információk alapján a fogyasztóknak nem volt frissítési kötelezettségük, illetve lehetőségük az Ad Tile működésével kapcsolatban), hogy a Samsung Ad Tile bevezetése kapcsán felmerült-e a 373/2021. Korm. rendelet 8. §-ával összefüggő bármely kötelezettség a Samsung Zrt. részéről, azonban (mivel az Ad Tile telepítése, utólagos aktiválása és egy szokásos, funkciókat is érintő frissítés fogyasztói szempontból – a módosítások észlelését, értelmezését tekintve – hasonló lehet) visszautal a vizsgálat által is hivatkozott VJ/32/2016. számú ügyre (az eljárás alá vont relevanciára vonatkozó kifogása ellenére is), amelynek tárgya szintén egy okoseszköz szoftverének a működését érintő, a fogyasztói élményt is befolyásoló automatikus változtatás és az arról adott hiányos tájékoztatás volt.

## **VII.2. Hatály, hatáskör, illetékesség, felelősség, érintett fogyasztók**

107. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat (és az érintett termékek) célcsoportja a magyarországi természetes személy fogyasztók, így a vizsgált magatartásra az Fttv. rendelkezései alkalmazandók.
108. Jelen ügyben az érintett fogyasztók magatartásának értékelése során az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdésében meghatározott ésszerűen tájékozottan eljáró fogyasztó magatartását kell alapul venni, tekintettel arra is, hogy nem azonosítható olyan csoport, amelynek tagjai az adott kereskedelmi gyakorlat vagy annak alapjául szolgáló termék vonatkozásában koruk, hiszékenyséjük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatottak lennének.
109. Az Fttv. 10. § (3) bekezdése szerint a Gazdasági Versenyhivatal kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.



110. A Gazdasági Versenyhivatal hatásköre a jelen ügyben is megállapítható az Fttv. 11. § (1) bekezdés a) és b) pontja alapján, figyelemmel arra, hogy az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedt volt (rendelkezésre álló adatok alapján a háztartásokban megtalálható Samsung okostelevíziók száma magas, továbbá a [www.samsung.com/hu](http://www.samsung.com/hu) honlapon megjelenő tájékoztatások egyes okostelevíziókkal összefüggésben változatlan formában megjelentek más webáruházakban is ugyanazon készülékek termék-adatlapjain is). A gazdasági verseny érdemi érintettsége fennáll továbbá a Samsung mérete alapján is, mivel a vállalkozás 2021. évi nettó árbevétele jelentősnek tekinthető.
111. A Gazdasági Versenyhivatal illetékességét a Tpv. 45. §-a állapítja meg.
112. Az Fttv. 9. § (1) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett termék értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll. Az Fttv. 9. § (1) bekezdésében alkalmazott érdek-elv figyelembevételével a jelen versenyfelügyeleti eljárás során vizsgált kereskedelmi gyakorlattal kapcsolatban az eljárás alá vont vállalkozás felelőssége megállapítható, tekintettel arra, hogy a vizsgálatlal érintett okostelevíziók forgalmazása és a felületeken való reklámozás révén a vállalkozás bevételre tesz szert, így az érintett termékek népszerűsítése közvetlenül érdekében áll.
113. A fentiekre tekintettel, amennyiben az eljáró versenytanács jogsértést állapított volna meg, úgy azért az eljárás alá vont felelősségét is megállapíthatná.

### **VII.3. A kötelezettségvállalással kapcsolatos általános megfontolások**

114. A Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének az 1/2021. közleménnyel módosított 1/2018. számú közleménye (a továbbiakban: Kötelezettségvállalási Közlemény) értelmében esetről esetre mérlegeli a Versenytanács, hogy a speciális és generális prevenció elveit is figyelembe véve a versenyfelügyeleti eljárás kötelezettségvállalással történő lezárásával elérhető előnyökhöz képest indokoltabb-e a közérdeket ért sérelem jellege, súlya miatt a tényállás teljes körű tisztázása és adott magatartás jogi minősítése, esetlegesen a jogsértés megállapítása és bírság kiszabása.
115. A Tpv. 75. § (1) bekezdése szerint amennyiben a Tpv. 67. § (2) bekezdése alapján indított versenyfelügyeleti eljárásban (tehát amikor a valószínűsíthetően jogsértő magatartás a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe tartozik és a közérdek védelme szükségessé teszi a versenyfelügyeleti eljárás lefolytatását) a vizsgált magatartás tekintetében az ügyfél kötelezettséget vállal arra, hogy magatartását meghatározott módon összhangba hozza az alkalmazandó jogszabályi rendelkezésekkel, és a közérdek hatékony védelme ilyen módon is biztosítható, az eljáró versenytanács határozatában kötelezővé teheti a vállalás teljesítését anélkül, hogy a határozatban a jogsértés megvalósulását vagy annak hiányát megállapítaná. Ha az ügyfél a vizsgált magatartással időközben felhagyott, a magatartás ismételt tanúsításának elkerülését biztosító átlátható és ellenőrizhető magatartási szabályok betartására vállalható kötelezettség.
116. A fentiek értelmében két generális feltétele van a kötelezettségvállalás előírásának: egyrészt az eljárás alá vontnak korrigálnia kell a valószínűsíthetően jogsértő gyakorlatát (illetve amennyiben a gyakorlat már nem áll fenn, akkor olyan vállalást kell tennie, amely megelőzi a lehetséges jogsértést), másrészt pedig a vállalásnak olyannak kell lennie, hogy a közérdek hatékony védelmét biztosítsa, még hozzá minimálisan olyan szinten, ahogyan azt biztosítaná a jogsértés megállapítása, valamint a jogkövetkezmények, adott esetben a versenyfelügyeleti bírság és/vagy az előírt kötelezettségek meghatározása és végrehajtása, „számonkérhetőség”.
117. Az alkalmazandó jogszabályi rendelkezésekkel való összhang megteremtésének legalább azt kell jelentenie, hogy a jogsértést valószínűsítő helyzethez képest a vállalás azt eredményezi, hogy annak teljesítésekor, előre tekintő jelleggel már ne lehessen jogsértést valószínűsíteni (vagy a jövőre nézve a jogsértés valószínűsége, kockázata érdemben csökkenjen).

118. A kötelezettségvállalás előírhatóságának a második feltétele tulajdonképpen a közérdek hatékony védelmének biztosíthatósága az elmarasztalás hatásaihoz, közérdekvédő eredményeihez viszonyítva, amely összevetés körében a kötelezettségvállalás tartalmán (adott esetben pl. a fogyasztók által érzékelt, közvetlen előnyön) túl értékelendő többek között a kötelezettségvállalás benyújtásának ideje, a kifogásolt magatartás súlya, a jogsértés és hatásainak a mibenléte, terjedelme, a joggyakorlat kiforrottsága, a versenyfelügyeleti eljárásban elvégzett és a még tervezett, szükséges vizsgálati cselekmények köre és ezek potenciális kockázatai, lehetséges eredményei. Arra is tekintettel kell lenni, hogy a versenyfelügyeleti eljárások egyik alapvető célja a kifogásolt magatartások, sérelmezett gyakorlatok korrekciója, így a közérdeket a minél gyorsabb és minél hatékonyabb (pl. a vizsgált magatartáson is túlmutató, nagyobb hatású) korrekció szolgálja. A kötelezettségvállalás tartalmát illetően kiemelendő, hogy a tartalmi elvárások közül az egyik legfontosabb a vállalás relevanciája, azaz hogy a kötelezettségvállalás ténylegesen a versenyhivatal által azonosított aggályok orvoslására kínáljon megoldást, vagyis a vállalás teljesítését követően a jogsértés megvalósításának valószínűsége érdemben csökkenjen. A Kötelezettségvállalási Közlemény szerint a hatóság előnyben részesíti a problémák gyökerére, okaira ható intézkedéseket az olyan vállalásokhoz képest, amelyek a versenyproblémák következményeit igyekeznek megoldani, enyhíteni.
119. A kötelezettségvállalási nyilatkozattal szemben további, relevanciával összefüggő tartalmi elvárás, hogy azzal a közérdek hatékony védelme is biztosított legyen, azaz a vállalás révén előálló magatartás a piac, egyben a fogyasztók széles köre számára általuk is érzékelhető – akár közvetett – előnyt eredményezzen. Ez az előny többféleképpen nyilvánulhat meg, a Kötelezettségvállalási Közlemény többféle lehetőségeket felsorol, azzal, hogy természetesen a kifogásolt, korrigálandó magatartás jellege és a piaci szereplők tevékenysége határozza meg az elképzelhető, ténylegesen elfogadható megoldásokat. Ilyen lehetőség például, ha az eljárás alá vont olyan jogkövető magatartási mintát alakít ki, amely más piaci szereplők számára is iránymutatásul szolgál, vagy ha a kötelezettségvállalás hozzájárul a fogyasztói tudatosság növeléséhez.
120. A kötelezettségvállalás értékelése körében az eljáró versenytanácsnak tehát egyrészt arról kell döntenie, hogy az adott ügyben egyáltalán elfogadható-e kötelezettségvállalás, másrészt arról, hogy az eljárás alá vont vállalása alkalmas-e arra, hogy azt határozatában – jogsértés vagy annak hiányának kimondása nélkül – az eljáró versenytanács kötelezettségként előírja.
121. Az eljáró versenytanács továbbra is szintén általánosságban megjegyzi a Tpv. 75. §-ának (1) bekezdése szerinti döntésekkel kapcsolatban, hogy egy magatartás érdemi értékelése nem lehet azonos a Tpv. 75. § (1) bekezdése szerinti teszttel. Sőt, az eljáró versenytanács a Tpv. 75. § szerinti vállalás teljesítését csak a jogsértés vagy annak hiánya megállapítása nélkül írhatja elő, így a kötelezettségvállalás elfogadásával záruló ügyekben nincs is lehetőség a jogsértés érdemi értékelésének az elvégzésére. A jogsértés vagy annak hiányának megállapítása a tényállás teljes körű tisztázását és a magatartás alapos mérlegelését, értékelését igényelné. Ezzel szemben a Tpv. 75. § (1) bekezdése szerinti mérlegelés keretében azt kell bemutatni, hogy az eljárás alá vont vállalása mellett a magatartás összhangba kerül-e az alkalmazandó jogszabályi rendelkezésekkel, mégpedig a közérdek hatékony védelmét biztosító módon.
122. Ugyanakkor az eljáró versenytanács szerint a kötelezettségvállalás mérlegelésekor rendelkezésre álló adatok alapján nyilvánvalóan nem jogsértő esetekben a kötelezettségvállalás alkalmazása nem lehet igazolható (szükséges és arányos) beavatkozás, vagyis a kötelezettségvállalás mérlegelésének időpontjában is még – a vállalás nélküli helyzetet feltételezve – valószínűsíthető kell legyen az eljárás indítására okot adó jogsértés megállapíthatósága (a jogsértést egyértelműen kizáró bizonyítékok rendelkezésre állása esetén nincs helye a Tpv. 75. §-a szerinti kötelezettségvállalás elfogadásának, mert nem értelmezhető olyan állapot, amelyet összhangba kellene hozni az alkalmazandó jogszabályi rendelkezésekkel, és a közérdek védelme sem indokolhat beavatkozást).

#### VII.4. Az eljárás alá vont kötelezettségvállalásával kapcsolatos megfontolások

123. Az eljáró versenytanács a Tpvt. 75. §-a, valamint a Kötelezettségvállalási Közlemény alapján értékelte az eljárás alá vont kötelezettségvállalási nyilatkozatát. Az eljáró versenytanács elsődlegesen megjegyzi, hogy nem azonosított olyan egyértelmű körülményt a jelen ügyben, amely általában – bármely tartalmú – kötelezettségvállalás elfogadhatósága ellen szólna, miközben azt is megállapította, hogy az eljárás alá vont kötelezettségvállalási csomagja
- alkalmas arra, hogy a megfogalmazott kifogásokat kezelje, így az eljárás alá vont magatartását összhangba hozza az alkalmazandó jogszabályi rendelkezésekkel, valamint
  - a piaci szereplők számára iránymutató lehet, különös figyelemmel arra, hogy a partnerek megkeresése és tájékoztatása révén a kereskedők aktivitását és körültekintését, valamint a fogyasztó tudatosságát is fokozhatja, így a közérdeket szolgálja,
- ekként megvalósulnak a kötelezettségvállalás elfogadásának céljai.
124. Az előző pontban kifejtetteket is figyelembe véve az eljáró versenytanács álláspontja szerint a jelen ügyben továbbá a kötelezettségvállalás elfogadása mellett szót, hogy
- az eljárás indítására okot adó, valószínűsített jogsértést egyértelműen kizáró bizonyítékok nem állnak a rendelkezésre, továbbá
  - a versenyfelügyeleti eljárás megszüntetésének sincs helye azon az alapon, hogy – a Tpvt. 60/A. § (1) bekezdés b) pontja értelmében – az eljárás során beszerzett bizonyítékok alapján nem állapítható meg, hogy a magatartás jogsértő-e, és az eljárás folytatásától sem várható eredmény,
  - a vizsgált magatartás kapcsán felmerült esetleges sérelem az eljárás alá vont kötelezettségvállalási csomagjával hatékonyan kezelhető a közérdek védelmében.
125. Az eljárás alá vont egyébiránt a versenyfelügyeleti eljárás során a versenyfelügyeleti eljárás igen korai szakában benyújtott kötelezettségvállalástól függetlenül is együttműködő volt, illetve úgy nyilatkozott, hogy amennyiben az eljáró versenytanács elfogadná a kötelezettségvállalását, úgy hozzájárul a kötelezettségvállalás szövegének a nyilvános határozatban való feltüntetéséhez, nem kéri annak tartalmát zártan kezelni.
126. A jelen ügyben kifogásolt gyakorlat lényege, hogy az eljárás alá vont – bár ténylegesen csekély számú, arányú reklám közzétételére került sor – a fogyasztók tájékoztatása nélkül állította be annak lehetőségét (a már használatban levő készülékeken is), hogy a Samsung okostelevíziók nyitóoldalán, menüjében reklámok jelenjenek meg. Mindez azért lehet sérelmes a fogyasztók számára, mert jelenleg számos – okostelevíziókon (is) igénybevehető – szolgáltatás esetében választási opcióként jelenik meg annak ingyenes vagy alacsonyabb díjazású, de reklámokkal terhelt és/vagy jelentősebb adatkezelést igénylő változata az előfizetéses, illetve drágább (de reklám- és/vagy adatkezelés mentes) változat mellett, így amikor a fogyasztók okostelevíziót vásárolnak, azokon jelentős arányban kívánnak olyan szolgáltatásokat igénybe venni, amelyekre előfizettek és amelyek használata közben, de azt közvetlenül megelőzően sem szeretnék reklámokat megtekinteni.
127. A Samsung Zrt. a versenyfelügyeleti eljárás korai szakában a versenyfelügyeleti eljárás miatt az Ad Tile felületen a reklámok közzétételét felfüggesztette, és ezt a felfüggesztést, a reklám-önkorlátozást hosszabb időre is vállalta volna. Az eljáró versenytanács azonban az utóbbi fenntartását nem tartotta szükségesnek, mivel álláspontja szerint az eljárás alá vont a csomag további elemei révén is megvalósíthatja az elvárt korrekciót: az eljárás alá vont ugyanis valószínűsíthetően eredményesen felhívja a fogyasztók és a kereskedelmi partnerei figyelmét egyaránt a reklám megjelenítés lehetőségére és egyúttal tudatosítja (többféle típusú és eltérő felületeken megjelenő, célzott tájékoztatásokkal), hogy az okostelevíziók menü-rendszerében is

lehetnek (elkerülhető) reklámok, illetve ezek esetében is van lehetőség a célzott, érdeklődés alapú reklámok kikapcsolására. Értelemszerűen más az utólagos tájékoztatás jelentősége azon fogyasztók esetében, akik már rendelkeznek Samsung okostelevízióval: számukra a reklámok megjelenítési helyére való felhívással azok kikerülését lehet tudatosabbá tenni.

128. A fentiek alapján, figyelemmel a jelen ügyben feltárt magatartás súlyára, az eljárás alá vont által vállalt kommunikációs irányokra, az eljárás alá vont azon – gyakorlati, közvetlen – együttműködési hajlandóságára, hogy a reklámozást előzetesen és önkéntesen felfüggesztette, az eljáró versenytanács álláspontja szerint a Samsung Zrt. által vállalt kötelezettségekkel a közérdek védelme – a magatartás szankcionálásával azonos, vagy azt meghaladó szinten – biztosított, a sérelmezett magatartás korrekciója megvalósul (a piac számára is irányadó módon).
129. A Kötelezettségvállalási Közlemény 16. pontja szerint a kötelezettségvállalási nyilatkozattal szemben alapvető elvárás, hogy az releváns, hiteles, időszerű, ellentmondás-mentes és ellenőrizhető legyen, korlátozottan megismerhető adatokat pedig csak kivételesen tartalmazzon. A közlemény 17. pontja értelmében akkor tekinthető relevánsnak egy vállalás, ha ténylegesen az azonosított versenyaggályok orvoslására kínál megoldást, azaz a vállalásnak azt kell eredményeznie, hogy a teljesítését követően – előre tekintő jelleggel – már ne lehessen a jogsértést megvalósító magatartást valószínűsíteni (vagy a jogsértés megvalósításának valószínűsége érdemben csökkenjen). A hatóság előnyben részesíti a problémák gyökerére, okaira ható intézkedéseket az olyan vállalásokhoz képest, amelyek a versenyproblémák következményeit igyekeznek megoldani, enyhíteni.
130. Az eljáró versenytanács szerint az eljárás alá vont vállalásai relevánsak a jelen ügyre nézve, mivel az eljárás megindítása során valószínűsített jogsértést képező probléma gyökerére ható tájékoztatási csomagot irányzott elő a saját honlapi kereskedelmi kommunikációk kiegészítése és edukációs anyagok közzététele, valamint a készülékeket forgalmazó partnerek tájékoztatása révén. Mindez a közérdek védelmét is szolgálja, mivel hozzájárulhat a fogyasztói tudatosság növeléséhez és az eljárás alá vont olyan jogkövető magatartási mintát alakít ki és tesz szélesebb körben ismertté, amely más piaci szereplők számára is iránymutatásul szolgálhat az okostelevíziót gyártó-, illetve forgalmazó vállalkozások körében (a teljes értékesítési vertikumban). Az eljárás alá vont által vállalt tájékoztatások célzottak, ezáltal alkalmasak lehetnek a piac kínálati és keresleti oldalának szereplőit is széles körben informálni a követendő magatartással kapcsolatban.
131. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a kötelezettségvállalási nyilatkozattal szembeni további alapvető elvárások (legyen hiteles, időszerű, ellentmondás-mentes, ellenőrizhető, illetve korlátozottan megismerhető adatokat csak kivételesen tartalmazzon) is teljesülnek, a vállalási csomag megfelelő mélységben és következetesen kidolgozott, az igazolás és a határidők tekintetében is átgondolt elemeket tartalmaz.
132. A fentiekre való tekintettel az eljáró versenytanács a jelen ügyben elfogadta az eljárás alá vont kötelezettségvállalási nyilatkozatát – a melléklet szerinti tartalommal (ideértve a teljesítési határidőket és az igazolási mechanizmust is).
133. Az eljáró versenytanács a kötelezettségvállalás teljesítése kapcsán felhívja a figyelmet az információs elemek (tájékoztatások és magyarázatok, illetve a videó) körében arra, hogy
- az edukációs tartalom nem kapcsolódhat kereskedelmi célú tartalomhoz,
  - a tájékoztatás még közvetetten sem utalhat arra, hogy az eljárás alá vont kérése a Gazdasági Versenyhivatal kötelezése lenne harmadik felek felé,
  - az összes edukációs tartalommal és tájékoztatással kapcsolatban az az alapvető elvi elvárás, hogy a fogyasztók, illetve a partnerek számára érthető, objektív és tényszerű legyen,

valamint más (ágazati) jogszabályi rendelkezéseket ne sértsen, továbbá a fogyasztók számára jól észlelhető is legyen,

- a megadott magyarázó szövegtől való stiláris eltérés nem jelenti a kötelezettségvállalás megsértését.

134. Az eljáró versenytanács arra is felhívja az eljárás alá vont figyelmét, hogy

- a kötelezettségek utóvizsgálati versenyfelügyeleti eljárásban történő ellenőrzése során a Gazdasági Versenyhivatal gyakorlata hitelesen és részletesen dokumentált – határidőben érkezett – igazolást vár el, továbbá annak (jelen határozat melléklete szerinti) szöveges tartalmán túl a kötelezettségvállalás teljesítésének vizsgálata során a Gazdasági Versenyhivatal figyelemmel lehet a versenyfelügyeleti eljárásban keletkezett (különösen az indoklást és egyéb részleteket tartalmazó eljárás alá vonti) iratokra, nyilatkozatokra,
- az eljárás alá vont felelősséggel tartozik azért, hogy a kötelezettségvállalási nyilatkozatot tartalmazó és azt kiegészítő, magyarázó beadványainak, az azokban lefektetett elveknek (pl. a közérdek hatékony védelmének biztosítása) is megfelelően, határidőben, valamint önként teljesítse és igazolja a kötelezettségvállalását,
- az eljárás alá vontnak célszerű a teljes kötelezettségvállalás-teljesítési folyamatot részletesen (naprakészen) dokumentálnia, a teljesítést követő, utólagos dokumentálás, illetve igazolás nehézségbe ütközhet, illetve a határidők tartása az igazolási kötelezettség esetében is lényeges elvárás.

135. Az eljáró versenytanács tehát – az eljárás alá vont által benyújtott kötelezettségvállalási csomag tartalmára és annak indoklására tekintettel – a jelen ügyben elfogadhatónak tartotta kötelezettségvállalás előírását, így a Tpv. 76. § (1) bekezdés m) pontja alapján az eljárás alá vont vállalkozást a 75. § alapján tett (a jelen határozat melléklete szerinti) kötelezettségvállalása teljesítésére kötelezte.

136. Az eljáró versenytanács kiemeli, hogy a Tpv. 75. §-ának (2) bekezdésére figyelemmel a Gazdasági Versenyhivatal – sem a kötelezettségvállalás teljesítésére meghatározott, jelen határozat melléklete szerinti határidő letelte előtt, sem annak eredményes letelte után – semmilyen vizsgálati cselekményt nem végez a jogsértés megvalósulásának vagy hiányának feltárása érdekében, ide nem értve az utóvizsgálat lefolytatását.

## VIII.

### Egyéb kérdések

#### VIII.1. Utóvizsgálat és a határozat módosítása, visszavonása

137. Az eljáró versenytanács felhívja a figyelmet, hogy a Tpv. 77. § (1) bekezdésének c) pontja alapján a Gazdasági Versenyhivatal utóvizsgálat keretében hivatalból ellenőrzi az eljáró versenytanács végrehajtható határozatában előírt, a 75. § szerinti kötelezettségvállalás teljesítését.

138. Az utóvizsgálati jelentés alapján az eljáró versenytanács

- az előírt kötelezettség teljesítésének megállapítása esetén az utóvizsgálatot végzéssel megszünteti, ennek hiányában
- kötelezettségvállalást előíró határozatát módosítja, visszavonja vagy bírságot szab ki, illetve figyelmeztetést alkalmaz,
- kötelezettségvállalást előíró határozatát visszavonhatja, ha a kötelezettségvállalást előíró határozat meghozatala a kötelezett vállalkozás által közölt hiányos, helytelen vagy félrevezető információk alapján.

139. Az eljáró versenytanács felhívja továbbá a figyelmet arra is, hogy a Tpv. 75. §-ának (2) bekezdése értelmében az eljáró versenytanács az (1) bekezdés szerint meghozott határozatában foglalt kötelezettségeket határozott időre fogadhatja el, és a határozat tartalmazza, hogy a Gazdasági Versenyhivatal - sem a határidő letelte előtt, sem annak eredményes letelte után - semmilyen vizsgálati cselekményt nem végez a jogsértés megvalósulásának vagy hiányának feltárása érdekében – ez a rendelkezés azonban nem érinti az utóvizsgálat lefolytatását.
140. Az eljáró versenytanács határozatát módosítja (ha egyébként a kötelezettségvállalással elérni kívánt eredmény más módon is elérhető)
- a kötelezett vállalkozás kérelmére, ha a kötelezett a határozatban előírt valamely kötelezettséget rajta kívül álló elháríthatatlan ok miatt nem tudja teljesíteni, vagy
  - a kötelezett vállalkozás kérelmére vagy hivatalból, ha a határozatban előírt valamely kötelezettség teljesítése a körülmények változása, így különösen a piaci viszonyok, a verseny feltételeinek módosulása folytán a továbbiakban nem indokolt.
141. A Tpv. 75. § (3) bekezdés a) pontja szerinti kérelem azonban csak a kötelezettség teljesítését megakadályozó okról való tudomásszerzéstől számított tizenöt napon belül, de legkésőbb az ok felmerülésétől számított két hónapon belül terjeszhető elő.
142. Az eljáró versenytanács a közigazgatási bíróság által el nem bírált határozatát visszavonja akkor is, ha a kötelezettségvállalás előíró határozat a döntés szempontjából lényeges ténynek a kötelezett vállalkozás általi félrevezető közlésén alapult.
143. A Tpv. 75. § (6) bekezdése szerint ha a vállalkozás nem teljesítette az (1) bekezdés szerinti határozatban, illetve a (3) bekezdés szerint módosított határozatban előírt kötelezettséget, az eljáró versenytanács a vállalt kötelezettséget előíró határozat alapját képező közérdek hatékony érvényesülése szempontjának - a kötelezettségvállalással érintett piaci viszonyok jellegére, a fennálló versenyfeltételekre, továbbá a vállalt kötelezettség addigi teljesítésének mértékére, a mulasztás tekintetében a vállalkozás magatartásának felróhatóságára is figyelemmel történő - mérlegelése alapján a határozatot visszavonja vagy bírságot szab ki.
144. Az eljáró versenytanács kiemeli továbbá, hogy a Tpv. 75. § (6a) bekezdése értelmében ha a kötelezettségvállalást előíró határozat meghozatala a kötelezett vállalkozás által közölt hiányos, helytelen vagy félrevezető információ alapján, az eljáró versenytanács a vállalt kötelezettséget előíró határozat alapját képező közérdek hatékony érvényesülése szempontjának (a kötelezettségvállalással érintett piaci viszonyok jellegére, a fennálló versenyfeltételekre, továbbá a vállalt kötelezettség addigi teljesítésének mértékére, a mulasztás tekintetében a vállalkozás magatartásának felróhatóságára is figyelemmel történő) mérlegelése alapján a határozatot visszavonhatja.
145. A Tpv. 75. § (7) bekezdésének b) pontja szerint a határozat a (6) és a (6a) bekezdés szerinti esetben a kötelezettség teljesítésére előírt határidő lejártától, folyamatos kötelezettség esetén a kötelezettség megsértésétől számított öt éven belül vonható vissza.

## VIII.2. Jogorvoslat

146. A Tpv. 81/A. § szerint a jogorvoslatra a Tpv. XII. fejezetében nem szabályozott kérdésekben az Ákr. rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni. Az Ákr. 112. § szerint a hatóság határozata ellen önálló jogorvoslatnak van helye, a 113. § (1) bekezdése szerint a közigazgatási per kérelemre induló jogorvoslati eljárás. A 114. § (1) bekezdése szerint az ügyfél – az önálló fellebbezéssel nem támadható végzések kivételével – a véglegessé vált döntés ellen közigazgatási pert indíthat.
147. A közigazgatási perrendtartásról szóló 2017. évi I. törvény (a továbbiakban: Kp.) határozza meg a közigazgatási per szabályait.



148. A Kp. 29. §-ának (1) bekezdése az elektronikus kapcsolattartásra a polgári perrendtartás szabályait rendeli megfelelően alkalmazni. A polgári perrendtartásról szóló 2016. évi CXXX. törvény 608. §-ának (1) bekezdése szerint 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.
149. Az E-ügyintézési tv. 9. §-ának (1) bekezdése alapján elektronikus ügyintézésre köteles az államigazgatási szerv feladat- és hatáskörébe tartozó ügyben ügyfélként eljáró gazdálkodó szervezet és annak jogi képviselője.
150. A Kp. 39. §-ának (6) bekezdése szerint – ha törvény eltérően nem rendelkezik – a keresetlevél benyújtásának a közigazgatási cselekmény hatályosulására halasztó hatálya nincs. Ugyanakkor a Kp. 50. §-a szabályozza az azonnali jogvédelem iránti kérelmet az alábbiak szerint. Akinek jogát, jogos érdekét a közigazgatási tevékenység vagy az azzal előidézett helyzet fenntartása sérti, a közvetlenül fenyegető hátrány elhárítása, illetve a jogvitára okot adó állapot változatlan fenntartása érdekében a perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező bíróságtól az eljárás során bármikor azonnali jogvédelmet kérhet. Azonnali jogvédelem keretében kérhető a halasztó hatály elrendelése is. A kérelem benyújtható a keresetlevéllel együtt is. Ha nem a keresetlevéllel együtt nyújtják be, a kérelmet a bírósághoz kell benyújtani. A kérelemben részletesen meg kell jelölni azokat az indokokat, amelyek az azonnali jogvédelem szükségességét megalapozzák, és az ezek igazolására szolgáló okiratokat csatolni kell. A kérelmet megalapozó tényeket valószínűsíteni kell.
151. Az illetékekről szóló 1990. évi XCIII. törvény (a továbbiakban: Itv.) 37. § (1) bekezdése szerint a bírósági eljárásért az Itv.-ben megállapított illetéket kell fizetni.
152. Az Itv. 45/A. § (2) bekezdése alapján az illeték alapjára a 39-41. §§-ban foglaltakat, az illeték mértékére a 42. §-ban foglaltakat kell alkalmazni a marasztalási perben, valamint akkor, ha az eljárás tárgya adó-, illeték-, adójellegű kötelezettséggel, társadalombiztosítási járulék- vagy vámkötelezettséggel, versenyfelügyeleti üggyel, sajtótermékkel és a panaszügyek kivételével médiaszolgáltatással, továbbá elektronikus hírközléssel vagy közbeszerzéssel kapcsolatos.
153. Az Itv. 62. § (1) bekezdés h) pontja alapján a közigazgatási bírósági eljárásban a felet illetékfeljegyzési jog illeti meg. Az Itv. 59. § (1) bekezdése szerint az, akit tárgyi illetékfeljegyzési jog illet meg, mentesül az illeték előzetes megfizetése alól. Ilyen esetben az fizeti az illetéket, akit a bíróság erre kötelez.

Budapest, 2023. február 16.

dr. Szoboszlai Izabella  
előadó versenytanács tag

dr. Pánczél Márk  
versenytanács tag

Váci Nóra  
versenytanács tag

## MELLÉKLET

### A Samsung Electronics Magyar Zrt. („Társaság”) kötelezettségvállalása<sup>54</sup>

#### A) A honlapi kommunikáció kiegészítése, az Ad Tile Magyarázat

A Társaság további leírást és információt nyújt a fogyasztóknak az Ad Tile tekintetében, ezen belül a határozat kézhezvételétől számított 60 napon belül az Ad Tile-t a magyar nyelvű Samsung.com weboldalon a Smart Hub applikációs aloldalon<sup>55</sup> a Smart Hub egyik fő elemeként mutatja be, valamint a televízió-vásárlási útmutató aloldalon<sup>56</sup> logikus és egyben a fogyasztók számára jól észlelhető módon és helyen az Ad Tile funkciót bemutató leírást tesz közzé („Ad Tile Magyarázat”).

Az Ad Tile Magyarázat tartalmazni fog egy közvetlen linket is az okostelevízió általános szerződési feltételeire és adatvédelmi tájékoztatójára, annak érdekében, hogy a Társaság a vásárlást megelőzően további tájékoztatást nyújtson a fogyasztóknak a Samsung okostelevíziókon megjelenő hirdetésekről és egyéb fontos feltételekről.

Az Ad Tile Magyarázat egy illusztrációt is fog tartalmazni az Ad Tile Samsung okostelevíziókon való megjelenésének bemutatására.

A tervezett szöveg az alábbi:<sup>57</sup>

*„Hirdetések és ajánlások a Smart Hub felhasználói felülettel rendelkező eszközökön*

*A Smart Hub felhasználói felülettel rendelkező eszközökön - beleértve az okostévéket is - hirdetések és ajánlások jelennek meg a felhasználók számára, amelyek segítik őket a tartalmak, alkalmazások és márkák felfedezésében. Ezek a hirdetések alkalmazáscsempék (ún. Ad Tile) vagy bannerek formájában, illetve egyes Samsung alkalmazásokon belül jelenhetnek meg.*

*A felhasználó a Privacy Choice alkalmazáson keresztül bármikor egyszerűen kikapcsolhatja az érdeklődésalapú hirdetések fogadását; ezzel együtt általános jellegű hirdetések továbbra is megjelenhetnek. A hirdetések elérhetősége, a hirdetési formátum és a hirdetési kampányok régióként, modellenként és modellévenként változhatnak.*

*További információért kérjük, látogasson el a <http://smarthub.termsnprivacy.com> weboldalra.”*

A Társaság a határozat kézhezvételétől számított 60 napon belül a magyar nyelvű Samsung.com weboldalon minden egyes Samsung okostelevízió termékoldalon (azaz a megvásárlásra kínált Samsung okostelevíziókat tartalmazó oldalakon) logikus és egyben a fogyasztók számára jól észlelhető módon és helyen megjeleníti az Ad Tile Magyarázatot (az elhelyezkedés televízió modellenként nem jelentős mértékben változhat).

A Társaság a fentieket fenntartja és folyamatosan teljesíti a határozat kézhezvételétől számított 3. év végéig (azaz a „Releváns Időszakban”).

Amennyiben a Releváns Időszak alatt a Társaság megváltoztatja a Samsung.com weboldal kinézetét, és így az Ad Tile Magyarázat áthelyezése válik szükségessé, a Társaság a fent említett három típusú aloldalon (azaz a Smart Hub applikációs aloldalon, a televízió-vásárlási útmutató aloldalon és a Samsung okostelevízió termékoldalakon) belül áthelyezheti az Ad Tile Magyarázatot

<sup>54</sup> Az eljárás alá vont VJ/46-60/2021., VJ/46-64/2021., VJ/46-66/2021. és VJ/46-72/2021. számú beadványai alapján.

<sup>55</sup> <https://www.samsung.com/hu/tvs/smart-tv/smart-hub-and-apps/>

<sup>56</sup> <https://www.samsung.com/hu/tvs/tv-buying-guide/what-is-smart-tv/>

<sup>57</sup> Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a szövegtől való stiláris eltérés nem jelenti a kötelezettségvállalás megsértését, a tájékoztatással kapcsolatban az az alapvető elvi elvárás, hogy a fogyasztók számára érthető, objektív és tényszerű legyen, valamint más (ágazati) jogszabályi rendelkezéseket ne sértsen.

azzal, hogy a Társaságnak folyamatosan biztosítania kell, hogy az Ad Tile Magyarázat az áthelyezést követően is könnyen hozzáférhető és észrevehető legyen.

## **B) Bemutató Videó<sup>58</sup>**

A Társaság a határozat kézhezvételétől számított 60 napon belül egy olyan magyar nyelvű Bemutató Videót készít és bocsát jelenlegi és jövőbeli forgalmazói és/vagy kiskereskedői rendelkezésére, akik Samsung termék forgalmazók/viszonteladók a Releváns Időszakban („Partnerek”), amely videó a Társaság kiskereskedelmi üzlethelyiségekben kiállított okos televízióin futtatható, és amely (a 2022-es modellév felhasználói felületének megjelenítése mellett) a Társaság okos televízióin megjelenő Ad Tile működését írja le. A Bemutató Videó hangos narráció nélkül készül és magyar nyelven lesz feliratozva, valamint a Samsung okos televíziókon lejátszott, már létező marketinganyagok részét képezi majd.

A Társaság értesíti a Partnereket a Bemutató Videóról a C) ponttal összhangban.

Amennyiben úgy döntene a Társaság, hogy a határozat kézhezvételétől számított 3. év végéig bármikor fizikai üzlethelyiséget nyit, a Bemutató Videót az ott kiállított okos televíziókon is megjeleníti.

Amennyiben a Samsung okos televízió felhasználói felülete úgy változna meg a Releváns Időszak alatt, amely hatással van az Ad Tile megjelenésére/kinézetére is, akkor a Társaság vállalja a következőket:

- új, frissített Bemutató Videó készítése megfelelő idővel azelőtt, hogy az új felhasználói felület megjelenik a magyar piacon,
- a Partnerek megfelelő időben történő értesítése az új felhasználói felület bevezetését megelőzően vagy a bevezetés során,
- az új Bemutató Videó továbbítása a fenti Partnereknek annak lejátszása céljából, valamint
- az új Bemutató Videó lejátszása a Társaság saját kiskereskedelmi üzlethelyiségeiben (amennyiben a Társaság ilyet nyitna) az új felhasználói felület bevezetése során megfelelő időpontban.

## **C) Ad Tile Tájékoztató<sup>59</sup>**

A Társaság a Partnereknek e-mailes tájékoztatót küld az Ad Tile Magyarázatról és a Bemutató Videóról („Ad Tile Tájékoztató”).

A Társaság az Ad Tile Tájékoztató keretében – első alkalommal a határozat kézhezvételétől számított 60 napon belül – arra kéri a Partnereket, hogy a fogyasztókat az Ad Tile-ről olyan módon tájékoztassák, hogy az Ad Tile Magyarázatot általános honlapjaikon, valamint az általuk aktuálisan, jelenleg és a jövőben forgalmazott Samsung okos televízió termékoldalain közzéteszik, valamint azok a Partnerek, amelyek rendelkeznek kiskereskedelmi üzlethelyiséggel a Bemutató Videót az üzlethelyiségekben kiállított Samsung okos televíziókon megjelenítik (a jelen ügyben hozott határozat kézhezvételétől számított 3 évig).<sup>60</sup>

A Társaság ezen felül valamennyi olyan Partnerét, amely a Társaság legjobb tudomása szerint nagykereskedelmi tevékenységet folytat, arra kéri a fenti határidőben, hogy az érintett szöveget (az Ad Tile Magyarázat szövegét) és a Bemutató Videót szerződéses, illetve kiskereskedelmi partnereik felé továbbítsák, és kérjék a szöveg és a videó közzétételét, illetve megjelenítését.

<sup>58</sup> Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a videóval kapcsolatban az az elvárás, hogy az a fogyasztók számára észlelhető, valamint tartalmában érthető, objektív és tényszerű legyen, valamint más (ágazati) jogszabályi rendelkezéseket ne sértsen.

<sup>59</sup> Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a tájékoztatás még közvetetten sem utalhat arra, hogy a kérés a Gazdasági Versenyhivatal kötelezése lenne harmadik felek felé.

<sup>60</sup> Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy ezen tájékoztatással kapcsolatban is az az alapvető elvi elvárás, hogy a partnerek számára érthető, objektív és tényszerű legyen, valamint más (ágazati) jogszabályi rendelkezéseket ne sértsen.

A Társaság a Releváns Időszakon belül minden évben, azaz összesen két alkalommal emlékeztetőt küld a Partnereknek, azzal, hogy a Partnerek listáját megfelelően felülvizsgálja.

#### **D) Fogyasztói tájékoztatás, edukáció**

A Társaság a fogyasztókat valamennyi olyan, a fogyasztók okostelevízióit érintő változásról értesíti, amely kihathat az Ad Tile működési módjára. Az ilyen külön tájékoztatás az érintett okostelevíziók értesítési sávjában, könnyen érthető és egyértelmű módon kerül megjelenítésre, a Releváns Időszak teljes hossza alatt.

A Társaság biztosítja a fogyasztók számára a Bemutató Videó megtekintésének lehetőségét az Ad Tile keretében, a 2016-2022 modellévű Samsung okostelevíziókon (a határozat átvételét követő 60 napon belül megkezdve, egy hónapig). A Bemutató Videóról készült állókép (vágókép) négyszer jelenik meg az egy hónapos időszakban az Ad Tile-on<sup>61</sup> a „Tájékoztatás az Ad Tile-ról” címkével, amennyiben technológiailag megoldható, úgy a 19:00 és 23:00 között, azaz főműsoridőben.

A Társaság négy hónapos fogyasztói edukációs kampányt indít a határozat kézhezvételétől számított 60 napon belül, amelynek keretében havonta (tehát összesen négyszer) eDM leveleket küld azoknak a Samsung fiókkal rendelkező fogyasztóknak, akik okostelevízióval rendelkeznek. Az egymást követő e-DM levelek egymásra épülnek, valamint utalnak a megelőző levelekre és azt mutatják be (könnyen olvasható és edukatív módon), hogy miként működik a Samsung okostelevíziókon megjelenő Ad Tile.<sup>62</sup>

#### **E) Oktatás**

A Társaság azon Partnerek részére, amelyek a Társaság legjobb tudomása szerint kiskereskedelmi tevékenységet folytatnak, valamint a Társaság saját kiskereskedelmi üzletei részére (ha azok a fenti B) pontban foglaltak szerint megnyitásra kerülnek) a Samsung okostelevíziók megjelenítésével kapcsolatban – ideértve az Ad Tile működését is – évente oktatást tart („*Tréning*”) a Releváns Időszakban.

#### **F) A kötelezettségvállalás igazolása**

A Társaság a fentebb részletezett kötelezettségvállalások határidőben való teljesítését (önkéntesen, felhívás nélkül) részletesen, a teljesítési időket is hitelesen bemutató módon dokumentálva és magyarázatokkal ellátva évente – azaz összesen három lépésben – igazolja.

Az első igazolás benyújtására a Releváns Időszak kezdetétől számított egy év lejártát követő 30 napon belül kerül sor. A második igazolásra a Releváns Időszak kezdetétől számított második év végét követő 30 napon belül kerül sor. Az utolsó igazolást pedig a Releváns Időszak végétől számított 30 napon belül nyújtja be a Társaság. Mindhárom igazolás esetében a megelőző – éves – időszakban megvalósítottak igazolására kerül sor.

Az egyes igazolások keretében az eljárás alá vont minimálisan az alábbiakat nyújtja be (amennyiben azok az adott időszakban relevánsak):

- az Ad Tile Magyarázat szövegét, valamint évente minimálisan egy-egy kezdeti, igazolási időszak közepi és végi képernyőmentés csatolásával) az Ad Tile Magyaráznak honlapon és Samsung okostelevíziók termékoldalain történő megjelenítéséről szóló bizonyítékokat,
- az Ad Tile Tájékoztatót, a Partnerek listáját (megjelölve a releváns időszakot minden egyes Partner esetében) és a részükre megküldött, az Ad Tile Tájékoztatót tartalmazó e-mailekről (és az emlékeztető e-mailekről) készített képernyőmentéseket, továbbá – amennyiben a

<sup>61</sup> 2016-2021-es modellévű Samsung okostelevíziók esetében a videó állóképe jelenik meg az Ad Tile-on, és amikor a felhasználó a távirányító kurzorát az Ad Tile-ra mozgatja, a videó állóképe előnézeti formában jelenik meg. Ha pedig a felhasználó rákattint az állóképre, akkor a Bemutató Videó teljes képernyő méretben lejátszásra kerül. A 2022-es modellévű televíziókon a Bemutató Videó állóképe szintén megjelenik az Ad Tile-on és amikor a felhasználó rákattint az Ad Tile-ra, akkor a Demó Videó teljes képernyő méretben lejátszásra kerül.

<sup>62</sup> Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy az edukációs tartalom nem kapcsolódhat kereskedelmi célú tartalomhoz.

Társaság kérésére sor kerül a Partner részéről fogyasztói kommunikációra – az Ad Tile Magyaráztatnak a kiskereskedelmi Partnerek honlapjain történő közzétételt igazoló iratokat (képernyőmentéseket),

- a Bemutató Videót, valamint annak kiskereskedelmi üzlethelyiségekben történő megjelenéseit igazoló nyilatkozatokat, képernyőmentéseket, fotókat (ha lehetséges, akkor elért Partnerenként legalább egyet), esetleg jegyzőkönyveket, riportokat,
- a fogyasztók számára megküldött edukációs e-mailek tartalmát (sablonját) és az e-mailek kiküldésének tényét igazoló képernyőmentéseket, valamint tájékoztatást a megkeresett fogyasztók számáról,
- jelentést, amely ismerteti azon, D) pont szerinti egyik vállalat végrehajtását, hogy Bemutató Videó az Ad Tile keretében, a 2016-2022 modellévű Samsung okostelevíziókon egy hónapon keresztül, készülékenként összesen négy alkalommal megjelenik, és amely jelentés azt is ismerteti, hogy a videó ezzel a vállalással potenciálisan mekkora fogyasztói körhöz juthatott el,
- a Társaság key account menedzserei által a társaság kiskereskedelmi Partnereknek és a Társaság saját kiskereskedelmi üzleteinek (ha lesz ilyen) megtartott tréningek résztvevőinek listáját, valamint a tréning jegyzőkönyvét és az oktatási anyagot,
- amennyiben a Releváns Időszakban sor kerül
  - o fizikai üzlethelyiség nyitására, úgy fényképet a Bemutató Videó megjelenítéséről az ott kiállított okostelevízión,
  - o a fogyasztók okostelevízióit érintő változásra, amely kihathat az Ad Tile működési módjára, úgy ezen módosításról szóló tájékoztatás tartalmát és az érintett okostelevíziók értesítési sávjában való megjelenést bemutató belső jelentéseket.