

1026 Budapest, Riadó u. 1-3.
Levélcím: 1534 Budapest, Pf. 958
KRID: 213396918
Telefon: (06-1) 472-8865
Ügyszám: VJ/15/2024.
Iktatószám: VJ/15-64/2024.

Betekinthető változat!

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa a Kapi Ügyvédi Iroda (1023 Budapest, Árpád fejedelem útja 26-28. 5. em., Óbuda Gate Irodaház, cégkapu elérhetőség: 19345660) által képviselt **Kása Roland Ardzsuna E.V.** (5600 Békéscsaba, Fiumei út 90.) és a szintén a Kapi Ügyvédi Iroda (1023 Budapest, Árpád fejedelem útja 26-28. 5. em., Óbuda Gate Irodaház, cégkapu elérhetőség: 19345660) által képviselt **ViharFlotta Korlátolt Felelősségű Társaság** (4030 Debrecen, Galamb utca 16. II. em.) eljárás alá vont vállalkozásokkal szemben 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 .

- I. Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a Kása Roland Ardzsuna E.V. által működtetett „Rolix” YouTube csatornán 2023 augusztusától 2024 augusztusáig megjelenő kereskedelmi kommunikációval az eljárás alá vont vállalkozások a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) melléklete 11. pontjának megvalósításával megsértették az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat, mivel a ViharFlotta Kft. termékeit, szolgáltatásait, rendezvényeit, valamint a márkanévét népszerűsítő tartalmak, bejegyzések jelentek meg, amelyekre tekintettel a ViharFlotta Kft. ellenszolgáltatást nyújtott Kása Rolandnak, ugyanakkor ez azok tartalmából, képi vagy akusztikus elemeiből egyértelműen nem tűnt ki, illetve nem volt egyértelműen felismerhető a fogyasztók számára.
- II. Az eljáró versenytanács az I. pont szerinti jogsértés megállapításával egyidejűleg kötelezi az eljárás alá vont vállalkozásokat a jelen határozat melléklete szerinti megfelelési vállalásaik teljesítésére.
- III. Az eljáró versenytanács az I. pont szerinti jogsértés miatt a ViharFlotta Kft. eljárás alá vont vállalkozásra 920.000,-Ft (azaz kilencszázhuszezer forint) versenyfelügyeleti bírságot szab ki. A versenyfelügyeleti bírságot a ViharFlotta Kft. a Magyar Államkincstár 10032000-01037557-00000000 számú versenyfelügyeleti bírságszámlája javára köteles megfizetni, befizetéskor a közlemény rovatban feltüntetve az eljárás alá vont nevét, a versenyfelügyeleti eljárás számát, a befizetés jogcímét (versenyfelügyeleti bírság). A ViharFlotta Kft. a bírságot 12 havi részletben köteles megfizetni akként, hogy az első 84.000,-Ft (azaz nyolcvannégyezer forint) összegű részlet esedékessége a jelen határozat kézhezvételét követő 30. nap, a további 11 részletet, részletenként 76.000,-Ft (azaz hetvenhatezer forint) összegben pedig az első részlet esedékességét követő hónaptól havonta, adott hónap 10. napjáig köteles teljesíteni. Bármely részlet elmaradása esetén a még fennálló teljes tartozás egy összegben esedékessé, melyet a kötelezett a Magyar Államkincstár 10032000-01037557-00000000 számú versenyfelügyeleti bírságszámlája javára köteles megfizetni.

A határozat ellen az átvételtől számított harminc napon belül közigazgatási per indítható. A keresetlevelet a Gazdasági Versenyhivatalnál kell benyújtani elektronikusan a magyarorszag.hu oldalon elérhető *Ürlep a Gazdasági Versenyhivatal döntése elleni keresetlevél beterjesztéséhez*^[1] használatával. 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 tárgya

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) 2024. május 13-án indított versenyfelügyeleti eljárást Kása Roland Ardzsuna E.V. és a ViharFlotta Korlátolt Felelősségű Társaság (a továbbiakban: az eljárás alá vont vállalkozások) ellen, VJ/15/2024. számon.
2. Az eljárás indítására az adott okot, hogy a GVH észlelte, hogy Kása Roland Ardzsuna egyéni vállalkozó, hazai influenszer a hivatalos „Rolix” elnevezésű YouTube oldalán (a továbbiakban: csatorna, Rolix-csatorna) 2023. augusztusától kezdődően valószínűsíthetően a ViharFlotta Korlátolt Felelősségű Társaság termékeit, szolgáltatásait, rendezvényeit, valamint márkanevét népszerűsítő tartalmak, bejegyzések jelentek meg, amelyekre tekintettel a ViharFlotta Korlátolt Felelősségű Társaság valószínűsíthetően ellenszolgáltatást nyújtott Kása Roland Ardzsuna E.V.-nak (a továbbiakban együttesen: eljárás alá vont vállalkozások), ugyanakkor ez sem a vizsgált tartalmak képi világából, sem a videók során elhangzó információkból nem tűnik ki egyértelműen a fogyasztók számára. A fenti magatartással az eljárás alá vont vállalkozások az Fttv. melléklete 11. pontjában foglalt magatartás megvalósításával valószínűsíthetően megsértették az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat.
3. A versenyfelügyeleti eljárás panasz kapcsán indult. A panasszal összefüggő eljárás száma: P/79/2024.¹

II.

Az eljárás alá vont vállalkozások

II.1. Kása Roland Ardzsuna E.V.

4. Kása Roland Ardzsuna egyéni vállalkozó (a továbbiakban: Kása Roland, vagy véleményvezér) videós tevékenységét a YouTube felületén 2017. február 10-én kezdte, ekkor töltötte fel első videóját a „Rolix” nevű csatornára (a továbbiakban: Rolix-csatorna, csatorna).² Egyéni vállalkozóként 2022. április 19-e óta tevékenykedik. Bejegyzett fő

^[1] https://magyarorszag.hu/szuf_ugyleiras?id=5a0fdf08-97b7-4015-874b-3643b45d7ebd

¹ A releváns iratok átemelését a VJ/15-9/2024. számú irat tartalmazza.

² <https://www.youtube.com/watch?v=s-LJVArZhq4> – Az első feltöltött videó elérhetősége a csatornán.

tevékenységi körei a rendezvényeken történő fellépéshez szükséges „Amatőr előadóművész tevékenység”, a ViharFlotta Korlátolt Felelősségű Társaság „Rolix” márkánévvel emblémázott termékeinek értékesítéséhez szükséges „Közvetítési, ügynöki szolgáltatás”, illetve a Google által a hirdetési felületért járó juttatás érdekében az „Internetes hirdetési felület webgazda általi értékesítése” tevékenységi kör.³

5. Videós tevékenységét a YouTube felületén végzi. Ennek keretében igen nagy arányban a „Minecraft” videojátékhoz kapcsolódóan, illetve egyéb szórakoztató tartalmakról, mint például őszi, karácsonyi tematikával készít videókat. A videós tevékenységet heti 60 órában látja el nyilatkozata alapján, mellette felsőfokú tanulmányait végzi.⁴
6. Kása Roland 2023. évi nettó árbevétele: [üzleti titok] Ft volt,⁵ a vizsgált időszakban a bevétele [üzleti titok] Ft volt, ebből a vizsgált magatartással érintett áruk vonatkozásában a ViharFlotta Kft.-től származó bevétele [üzleti titok] Ft⁶ volt.
7. Kása Rolanddal szemben a megelőző tíz évben a GVH nem folytatott versenyfelügyeleti eljárást.

II.2. ViharFlotta Kft.

8. A ViharFlotta Korlátolt Felelősségű Társaság (a továbbiakban: ViharFlotta Kft., vállalkozás) fő tevékenysége a csomagküldő, internetes kiskereskedelem, egyedi termékek gyártása a B2B és B2C szektor számára, valamint azok interneten történő értékesítése. Az értékesített termékeket a vállalkozás önállóan tervezi meg és gyártja le Debrecenben. Továbbá szervez rajongói közönségtalálkozókat, amelyekre a különböző YouTube-partnereket hívja meg. YouTuber- és influencers-menedzsmenttel semmilyen szinten nem foglalkozik a vállalkozás.⁷
9. Az eljárás alá vont 2023. évi nettó árbevétele: 419.854.000 Ft volt. A vizsgált időszakban a Rolix márkából (webshop és videóstalálkozóból együtt) származó nettó árbevétele összesen [üzleti titok] Ft volt.⁸
10. A ViharFlotta Kft. nyilatkozata alapján kis- és középvállalkozásnak minősül a kis- és középvállalkozásokról, fejlődésük támogatásáról szóló 2004. évi XXXIV. törvény alapján.⁹ Foglalkoztatottjainak létszáma 13 fő, a 2023. évi nettó árbevétele 1.096.855 eurónak megfelelő forintösszeg volt.
11. A ViharFlotta Kft.-vel szemben a megelőző tíz évben a GVH nem folytatott versenyfelügyeleti eljárást.

III.

Az érintett termékek

³ VJ/15-6/2024. 1. pont

⁴ VJ/15-6/2024. 2. pont

⁵ VJ/15-6/2024. számú iratban tett nyilatkozat, tekintettel arra, hogy egyéni vállalkozók nem kötelesek beszámolót készíteni.

⁶ VJ/15-57/2024. számú irat.

⁷ VJ/15-5/2024. 1. pont

⁸ VJ/15-32/2024. irat.

⁹ VJ/15-5/2024. 2. pont

12. Jelen versenyfelügyeleti eljárásban közvetlenül **érintett áruk** a ViharFlotta Kft. által „Rolix” márkánévvel ellátottan tervezett, gyártott és forgalmazott különböző ruházati termékek, táskák, bögrék és egyéb további ajándéktárgyak (a továbbiakban: saját márkás termékek).¹⁰ Ezeket a saját márkás termékeket a ViharFlotta Kft. <https://mcshop.hu/> elnevezésű webshopjában (a továbbiakban: webshop) vásárolhatják meg a fogyasztók. A vizsgálattal kifejezetten a Kása Roland által megalkotott és használt „Rolix” márkánévvel ellátott saját márkás termékek érintettek, ezek kapcsolódnak a vizsgálat tárgyához. A webshopban egyébként további, a ViharFlotta Kft.-vel kapcsolatban álló videósok nevével ellátott egyéb termékek is elérhetőek.
13. A webshopba nem lehet nyíltan regisztrálni, a különböző partnereket a ViharFlotta Kft. keresi fel. A különböző videósokat az alapján választja ki a vállalkozás, hogy az adott partner-jelölt videós az általa készített tartalmakkal és magatartásukkal elfogadható értékrendet képviselnek. Ezek az információk nyilvánosan elérhetőek a <https://mcshop.hu/hogyan-kerulhetek-be> weboldalon, iránymutatásul a videósok számára is. A hosszú távú együttműködésre kiválasztott partner videósok termékei kerülnek be végül a webshopba.
14. A jelen eljárással **érintett szolgáltatás** továbbá a ViharFlotta Kft. által szervezett és lebonyolított videós találkozói elnevezésű rendezvénysorozat (a továbbiakban: rendezvény, videós találkozó), erről részletek a <https://mcshop.hu/videos-talalkozo> című weboldalon érhetőek el. A rendezvények az ország számos pontján kerülnek megrendezésre. A rendezvényeken a látogatók találkozhatnak a különböző résztvevő videósokkal, akik a ViharFlotta Kft. együttműködő partnerei, a vállalkozás webshopjában található termékek pedig a rendezvényeken is megvásárolhatóak. A résztvevő videósokat a ViharFlotta Kft. hívja meg az egyes rendezvényekre. A rendezvényeket a Facebook felületén hirdeti a vállalkozás, azokon a látogatók belépőjegy váltásával vehetnek részt.

IV.

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

IV.1. A ViharFlotta Kft. és a partnerek közötti tartós együttműködés alapjai

15. A feltárt információk alapján az eljárás alá vontak között merchandising-megállapodás áll fenn [Üzleti titok] (a továbbiakban: megállapodás). A megállapodás értelmében a videós-partnerek számára a ViharFlotta Kft. karrier-lehetőséget, tartós együttműködést biztosít. Ennek a tartós együttműködésnek a keretei között a ViharFlotta Kft. a videós-partnerek saját márkás termékeit gyártja, a webshopban és a rendezvényeken pedig forgalmazza azokat.¹¹ A ViharFlotta Kft. a partnerekkel való közös munka során meghatározott szempont- és értékrendszert vesz figyelembe, ezeknek a szempontoknak meg kell felelniük a partnereknek.¹²
16. Az egyes termékeket és a vállalkozás által szervezett rendezvényeket a videósok szabadon népszerűsíthetik tevékenységük során, ők döntenek el mikor, hányszor és milyen módon jelenítik meg a népszerűsítő tartalmakat. A rendezvényeken a résztvevő videós-partnerek

¹⁰ A termékek teljes felsorolását a VJ/15-5/2024. számú beadvány „rolix_Meshop.hu_jutalek_tablázat” nevű melléklete tartalmazza.

¹¹ <https://mcshop.hu/hogyan-kerulhetek-be>

¹² VJ/15-5/2024. számú irat 5. pont

napi tiszteletdíjat kapnak, valamint szükség esetén a vállalkozás a szállások foglalását megszervezi a partnereknek.¹³

17. Ebben a folyamatban a vállalkozás nem szab feltételeket, nem nyújt kreatív iránymutatást, de nem nyújt ellenszolgáltatást sem. A partnerek – így Kása Roland is – az értékesítések után járó jutalék alapján részesednek a bevételből. A jutalék összegének alapja közös megállapodás tárgya.¹⁴

IV.2. A ViharFlotta Kft. webshopja és a videós találkozók

18. A kialakult együttműködés keretében a vállalkozás a velük megkötött merchandise-megállapodások keretében a videós-partnereknek a művésznevükkel, internetes „brandjükkel” ellátott termékeket tervez, gyárt és árusít a webshopjában. Ezek különböző ruházati cikkek, ajándéktárgyak, kiegészítők, a választék szélesnek mondható.
19. A webshop az <https://mcshop.hu/> linken érhető el. Ennek megnyitásakor a nyitó oldalon a látogatót Kása Roland, mint kiemelt videós bemutatása fogadja, majd lejjebb láthatóak a többi partnerek, illetve egyes népszerű termékek kiemelten. A termékek alatt a videós találkozó nevű rendezvény következő időpontjai láthatóak. Ez alatt már csak további kiegészítő elemeket tartalmaz a honlap nyitó oldala, mint kiemelt vásárlói vélemények, a vállalkozásról szóló rövid üzenet és link, hírlevél feliratkozási lehetőség és impresszum.¹⁵
20. A webshop vásárlói felületén¹⁶ lehet böngészni és megvásárolni az egyes videósok termékeit, minden videós külön oldallal rendelkezik, így név, „brand” alapján lehetséges keresni a termékek között.
21. Ebbe a rendszerbe kapcsolódik be a ViharFlotta Kft. által szervezett videós találkozó nevű rendezvénysorozat is. A rendezvény hivatalos elérhetősége a <https://www.videostalalkozo.hu/>. Ezen a weboldalon láthatóak a legközelebbi események, látogatói értékelések, a videós-partnerek felsorolása, a rendezvényen elérhető programok és termékek, végezetül az impresszum.¹⁷
22. A videós találkozó rendezvények keretében a videós-partnerek közreműködésével szervez a vállalkozás közönségtalálkozókat, ahol a nézők találkozhatnak az általuk követett videós-partnerekkel. A rendezvényen belépőjegy megváltásával lehet részt venni és lehetőség van a vállalkozás kitelepült értékesítési pontján a webshop termékeinek személyes megvásárlására is.¹⁸
23. A hirdetés során a partnerek a saját csatornáikon népszerűsítik az eseményt a saját nézőik számára.
24. A videós találkozók rendszeresen megtartásra kerülnek, Kása Roland nyilatkozata¹⁹ alapján ő maga 2023. augusztus 1. és 2024. március 1. között 11 db ilyen eseményen vett részt.

IV.3. A Kása Roland által működtetett Rolix-csatorna és az azon megvalósult kereskedelmi kommunikációk

¹³ VJ/15-5/2024. számú irat 6. pont

¹⁴ VJ/15-5/2024. számú irat 7. pont

¹⁵ Az itt olvasható leírás 2024. július 1-i állapot alapján lett rögzítve.




¹⁶ <https://mcshop.hu/youtuber-webshop-7486/Rolix> - Kása Roland aloldala a webshopon belül

¹⁷ Az itt olvasható leírás a 2024. július 2-i állapot alapján lett rögzítve.






























¹⁸ VJ/15-5/2024. számú irat 7. pont

¹⁹ VJ/15-6/2024. számú irat 8. pont

25. Kása Roland a vizsgált kereskedelmi gyakorlatát a „Rolix” nevű YouTube-csatornáján végzi, a művészeti, influenszer tevékenység mellett, amely a csatorna fő profilja. Őt a ViharFlotta Kft. célzottan kereste fel, mivel úgy vélte, hogy a csatorna kreatív tartalma párhuzamban áll a vállalkozás értékrendjével és egyedi, minőségi anyagokat készít.²⁰
26. A kereskedelmi kommunikációs tevékenység, hirdetések nem képezik a csatorna fő irányvonalát, jelentős mértékben a kreatív tartalom teszi ki a videók idejét és a videók alatti leírások nagy részét. Célzottan egyes márkákat, így a ViharFlotta termékeit és rendezvényeit fókuszáltan népszerűsítő videók nincsenek.
27. A ViharFlotta Kft-vel fennálló kapcsolathoz köthető gyakorlat többféle formában kerül megjelenítésre. Kása Roland és a ViharFlotta egybehangzó nyilatkozata alapján a kreatív munkában nincs számottevő beleszólása a vállalkozásnak, a köztük fennálló megállapodás értelmében [Üzleti titok]. Ezen túlmenően szabadon határozhatja meg Kása Roland a csatornán a hirdetések megjelenését, számát.
28. A vizsgált időszakban feltárt gyakorlat alapján a webshop, illetve a rendezvények népszerűsítése kétféle módon zajlott.
29. Egyrészt a videók (a lenti 9-ből 4 esetben) alatt található leírásban kerül feltüntetésre egy link, amely különböző megszövegezéssel átirányítja az érdeklődőt a webshop vagy a rendezvény weboldalaira.
30. Másrészt a videó (a lenti 9-ből 5 esetben) részét képezi a reklámot tartalmazó rész is, amely bemutatja a megvásárolható termékeket, vagy felkeltheti a néző érdeklődését egy tervezés alatt álló új termékre, illetve kifejezetten a videós találkozó rendezvényt népszerűsíti, ahol Kása Roland is részt vesz, és emellett a videó alatt megjelenik az előző pont szerinti szöveges leírás is, amely hivatkozik a termékre és közli a webshop elérhetőségét (linkjét).
31. Mindkét változattal kapcsolatban ki kell emelni, hogy megjelenítésük nem egységes, nem rendszeres, sőt, van több olyan videós tartalom, ahol például egyikre sem kerül sor, így a vizsgált gyakorlat nem tekinthető általánosnak.
32. A ViharFlotta Kft. termékeinek és rendezvényeinek népszerűsítése során alkalmazott kereskedelmi gyakorlat a Kása Roland által működtetett „Rolix” nevű YouTube-csatornán valósult meg.
33. A vizsgált csatornán 2023. augusztus 1. és az eljárás megindítása közötti időszakban közzétett 17 videós bejegyzésből 9 tartalmazott kereskedelmi kommunikációt, amelyeket az alábbi táblázat ismertet, utolsó oszlopában azt is jelezve, hogy a vizsgálat megindulását követően változtatott-e a reklám jelölésen, és ha igen, hogyan.

Videó megjelenésének dátuma és címe	A vizsgált kereskedelmi kommunikáció	A vizsgálat megindulását követően változtatott-e, és ha igen, hogyan?
2023. aug. 13. - ÍGY KÉSZÍTS MINECRAFT KALANDPÁLYÁT! Parancsok, saját hangok és textúrák	Csak a videó alatti szöveges részben:	IGEN -  Reklám – Sulikezdő termékek!  http://rolix.hu 

²⁰ VJ/15-5/2024. számú irat 8. pont

	 Sulikezdő termékek!  http://rolix.hu 	
2023. aug. 15. - VÁRATLAN TÁMADÁS! ÍGY LEGYÉL A MINECRAFT KIRÁLYA! 13. FyreMC.hu	Csak a videó alatti szöveges részben:  Találkozzunk!  https://videostalalkozo. hu/	IGEN -  Reklám - Találkozzunk!  https://videostalalkozo.hu/
2023. szept. 9. - KAKTUSZFARM & ÓRIÁSFÖLD! MINECRAFT MESTERFOKON 85.	Csak a videó alatti szöveges részben:  TERMÉKEK!  http://rolix.hu	IGEN -  Reklám - TERMÉKEK!  http://rolix.hu
2023. okt. 30. - A LEGTÖKÖSEBB MINECRAFT FARM! MINECRAFT MESTERFOKON 86.	Csak a videó alatti szöveges részben:  Termékek!  http://rolix.hu	IGEN -  Reklám - Termékek!  http://rolix.hu
2023. nov. 12. - A LEGJESZTŐBB MINECRAFT HORROR KALANDPÁLYA! Ti Küldtétek, Én KIÉGEK! 3.	A videó alatti szöveges részben:  ÉRKEZIK a Dedikált, Limitált Prémium Pulóver DEC. 2-10 KÖZÖTT!  A videóban is van reklámblokk: Dedikált Pulóver 0:27- től	IGEN –  Reklám – ÉRKEZIK a Dedikált, Limitált Prémium Pulóver DEC. 2-10 KÖZÖTT!  A videós időbélyegzőn feltüntetésre került a reklámos rész: 0:27 Dedikált Pulóver! Reklám
2023. nov. 25. - A NAGY VILÁGALAKÍTÁS! MINECRAFT MESTERFOKON 87.	 DEC. 2-10.  Jön a DEDIKÁLT Póló & Pulóver!  ; A videóban is van 2 reklámblokk: Dedikált Termékek! 0:00-tól Holnap Mineshow! 20:03-tól	IGEN –  Reklám – DEC. 2-10.  Jön a DEDIKÁLT Póló & Pulóver!  A videós időbélyegzőn feltüntetésre került a 2 reklámos rész: 0:00 Dedikált Termékek! Reklám 20:03 Holnap Mineshow! Reklám
2023. dec. 2. - BOMBASZTIKUS MINECRAFT FA FARM! MINECRAFT MESTERFOKON 88.	 Termékek!  http://rolix.hu ; A videóban is van reklámblokk: Dedikált Pulcsi&Póló! 0:00-tól	IGEN -  Reklám - Termékek!  http://rolix.hu ; A videós időbélyegzőn feltüntetésre került:

		0:00 Dedikált Pulcsi&Póló! Reklám
2024. jan. 6. - A LEGŐRÜLTEBB MÉZESKALÁCS KIHÍVÁSOK! 5.	 Találkozzunk!  http://videostalalkozo.hu <u>u/</u> A videóban is van reklámblokk: Videós Találkozó! Reklám 18:55-től	IGEN -  Reklám - Találkozzunk!  http://videostalalkozo.hu/ ; A videós időbélyegzőn feltüntetésre került: 18:55 Videós Találkozó! Reklám
2024. febr. 24. - VÉGTELEN KŐ ÉS FA! MINECRAFT MESTERFOKON 89.	 TALÁLKOZZUNK!  http://videostalalkozo.hu <u>u/</u> A videóban is van reklámblokk: Videós Találkozó! Reklám 07:47-től	IGEN –  Reklám – TALÁLKOZZUNK!  http://videostalalkozo.hu/ A videós időbélyegzőn feltüntetésre került: 07:47 Videós Találkozó! Reklám

34. Kása Roland nyilatkozata szerint minden fenti videó (azaz abban a 4 videóban is, amelyekben nincs külön reklámos rész, csak a videó alatti szöveges rész tartalmaz a termékekre való felhívást és az értékesítési felületre vezető linket) esetében használta a YouTube által biztosított „Fizetett promóciót tartalmaz” címkét.
35. A vizsgálat által rögzített videókon és fotókon nem látszik a „Fizetett promóciót tartalmaz” címke. Ennek oka, hogy a videókra a YouTube felületen való elindulásakor kerül fel a címke, de a videó letöltött verziója nem tartalmazza azt és a vizsgálat által mentett videók többsége nem ún. képernyővideó, hanem letöltött videó, azaz nem azt mutatják ahogyan egy felhasználó képernyőjén a YouTube-ot nézve megjelent a videó, illetve a képernyőmentéses videókon/képeken vagy nem a videó indulását mutatják, vagy azokon csak az alsó szöveges rész látszik, a videó bal felső sarka pedig nem. Két, vizsgálat által rögzített képernyőmentéses fotón látszik a címke, ezek azonban nem a fenti videókról készültek.²¹ A „Fizetett promóciót tartalmaz” címke kapcsán a vizsgálat megkereste a YouTube üzemeltetőjét (Google Ireland Limited) is, akitől arra nézve nem sikerült információkat beszerezni, hogy az adott videókon azok felöltésétől (illetve pontosan mikortól) szerepelt a címke. A Google a címke működéséről lényegében megerősítette az eljárás alá vontak által előadottakat, az alábbiak szerint nyilatkozott²²:
- Ha a videó fizetett termék megjelenítéseket, termékajánlásokat, szponzorációkat tartalmaz, akkor a videó készítőjének erről a YouTube felületén tájékoztatást kell adnia. A videó készítőjének és a márkáknak (amelyekkel a videó készítője együtt működik) ismernie kell és be kell tartania a fizetett promóció szerepeltetésének nyilvánosságra hozatalára vonatkozó helyi és törvényileg előírt kötelezettségeket.

²¹ VJ/15-21/2024. számú irat, M13 és M15 mellékletei.

²² VJ/15-36/2024. számú irat.

- Amennyiben a videó fizetett termékmegjelenítést, ajánlást vagy más, kereskedelmi kapcsolat által érintett tartalmat foglal magában, akkor a videó készítőjének be kell jelölnie „a videó fizetett promóciót tartalmaz” négyzetet az adott videó speciális beállításában. Amennyiben a videó készítője bejelöli a videó tekintetében, hogy az fizetett promóciót tartalmaz, akkor a YouTube a videó elején 10 másodpercig automatikusan megjelenít egy erről szóló tájékoztató üzenetet a nézők számára. Ez a tájékoztató üzenet tudatja a nézőkkel, hogy a videó fizetett promóciót tartalmaz, valamint tartalmaz egy linket, amely a fizetett termékmegjelenítésekről, szponzorálásokról és termékajánlásokról tájékoztató oldalra²³ irányítja a felhasználókat.
 - A tájékoztató üzenet egy felugró címke formájában a videó bal felső sarkában és mindig legalább 10 másodpercig látható a videó elején, ezt a videó készítője nem tudja megváltoztatni vagy módosítani.
36. A „Fizetett promóciót tartalmaz” címke valamennyi videóban az induláskor 10 másodpercig jelenhetett meg és a vizsgált videók jellemzően a Rolix csatorna profiljához igazodó, Minecraft játékhoz kapcsolódó tartalmakkal kezdődnek (a fenti 9 videóból 2 kezdődik közvetlenül hirdetési tartalommal). Az is megállapítható, hogy azon Rolix videóknak, amelyek része egy hirdetési tartalmú rész is (és ez a rész nem a videó induláskor látható, amikor a „Fizetett promóciót tartalmaz” címke látható), ezen résznél nem jelenik meg a hirdetésre utaló más címke, vagy jelzés, azonban az adott rész képi világa különbözik a videó egyéb (nem hirdetést, hanem valamilyen játékfolyamatot mutató) részétől, illetve annak tartalma, szövege valamilyen terméket (pl. Rolix márkás pulóvert, vagy a videós találkozói rendezvényt) ajánl, de az ellenszolgáltatás tényére, vagy a gazdasági érdekeltségre nem utal egyértelműen.
37. Kása Roland a vizsgált időszakban 13 olyan videót osztott meg YouTube csatornáján, amelyben nem volt azonosítható a vizsgált kereskedelmi gyakorlat.

V.

Az eljárás alá vontak álláspontja és vállalása

V.1. A vizsgálati jelentésre és a kiegészítő jelentésre tett észrevételek²⁴

38. Az eljárás alá vont vállalkozások hangsúlyozták, hogy nem állt szándékukban megtéveszteni a Rolix-csatorna nézőit, amely csatorna működésének a kereskedelmi tevékenység, vagyis a hirdetések közzététele nem képezi a fő irányvonalát. Jelentős mértékben a kreatív, minőségi tartalom teszi ki a videók idejét és a videók alatti leírások nagy részét. Kása Roland ismerete szerint úgy gondolta, hogy elegendő a YouTube címkézéssel utalni az ellenszolgáltatás tényére a videóknak.
39. Kása Roland a szerkesztői tartalomban elkülönítette a reklámokat azok sajátos képi világával, nem használt hozzájuk a Minecraft játékon belüli felvételeket, ezzel is elkülönítve a tartalmakat, valamint igyekezett más aláfestő zenével is ezt az elkülönítést

²³ <https://support.google.com/youtube/answer/10588440?sjid=18085130162834162726-EU&hl=hu>

²⁴ VJ/15-32/2024. számú irat, VJ/15-51/2024. számú irat.

hangsúlyozni és beállította a YouTube időbélyeg funkcióját is, hogy könnyebben át lehessen ugrani például a termékekre vagy a közönségtalálkozókra vonatkozó részeket.

40. Az eljárás alá vont vállalkozások álláspontja szerint a vizsgálat által készített képernyőképek, letöltött videók és a YouTube platformon készített képernyővideók sem alkalmasak annak bizonyítására, hogy a videós tartalmak nem tartalmazták a hirdetés jellegű megjelölést, mert a vizsgálat során keletkezett képernyőképek egyik videó esetén sem dokumentálják a videók működése szerinti megjelenését, valamint azok a videó alatti leírásokra fókuszálnak.
41. Az eljárás alá vont vállalkozások álláspontja szerint a YouTube platform felületéről készített képernyőképekkel kapcsolatosan megállapítható, hogy azokon csak az érintett tartalmak alsó része látható, és nincs a képernyőfotón a videók bal felső sarkán lévő terület (ahol a YouTube feltünteti a címkét), vagy azok csak a videó leírását tartalmazzák, vagy azokban az esetekben, amikor látszódik a képernyőképen a videó bal felső sarka, a YouTube oldalán készített képernyőképek nem a videók betöltését, vagy frissítését vagy egy esetleges YouTube által beszúrt reklámot követő első 10 másodpercét mutatják, amely így nem alkalmas azon állítás bizonyítására, amely szerint a videós tartalmakban – tehát a teljes videóban – nem került feltüntetésre a hirdetési jelleg, azaz nem lett bekapcsolva a YouTube címke.
42. Az eljárás alá vont vállalkozások előadása szerint, amikor a YouTube-ról különböző online programok segítségével – például a yt5s.com használatával lementett videókon – történik meg a videó megtekintése, úgy a „Fizetett promóciót tartalmaz” címke, azért nem látható, mert a YouTube utólag csak a saját platformján és ha más weboldalakon beágyazzák a videót, akkor helyezi rá a tartalomra a tájékoztatást a megfelelő, eszközhöz igazodó méretben, jól észlelhetően, hangsúlyosan, szembeűnően, egyértelműen, világosan és közérthetően. Tehát a letöltött videókra technikailag nem tudja a YouTube a beépített címkét ráhelyezni.
43. Álláspontjuk szerint az online programokkal, applikációkkal a videók nyers fájlljai kerültek letöltésre, amelyekre a YouTube a „Fizetett promóciót tartalmaz” címkét a fentiek okán nem tudta/tudja ráhelyezni. Mindezt az is igazolja, hogy a videók jobb alsó sarkában nem látható halvány csatornakép ikon. Ha ezen ikon nem látszik egy felvételen, akkor a videó nyers fájlja lett letöltve és nem az lett megörökítve, ahogyan a YouTube megjeleníti a tartalmat a fogyasztók számára, ahogy ez a jelen vizsgálat tárgyát képező, letöltött videók esetében is történt.
44. Az eljárás alá vont vállalkozások előadták továbbá, hogy a YouTube oldalán készített képernyővideók egyikén sem került a vizsgálat által rögzítésre a tartalom betöltése (megnyitása), vagy egy esetleges YouTube által beszúrt reklám vége, továbbá egyik képernyővideón sem frissített rá a vizsgálat a YouTube oldalra; így bizonyítható módon nem került vizsgálatra és rögzítésre a címke megléte ilyen formában sem. A videók megnyitása (vagy egy esetleges YouTube által beszúrt reklám vége) és a képernyő rögzítésének megkezdése között, így bármennyi idő eltelhetett. Ezek elmaradása miatt nem alkalmas a vizsgálati jelentésben meghatározott állítás alátámasztására.
45. Az eljárás alá vont vállalkozások álláspontja szerint a vizsgálat szempontjából még abban az esetben is jelentősége van annak, hogy Kása Roland a YouTube által biztosított címkét alkalmazta, ha a videó alatti leírásokban a reklám jelleget nem tüntette fel külön, csak a GVH által megindított eljárás alatt.

46. Az eljárás alá vont vállalkozások hivatkoztak a GVH Tájékoztató az influencerszer marketingről²⁵ (a továbbiakban: Tájékoztató) elnevezésű dokumentumának 16. pontjára, amely szerint „Amennyiben arra az alkalmazott platform lehetőséget ad, az ahhoz kapcsolódó tartalomjegyzékre hivatott (egyértelmű, érthető, észlelhető) hirdetési címke (pl. Instagram esetén: „fizetett együttműködés a partnerrel”) használatával is önmagában teljesíthető az elvárás.” Nem volt egyértelmű számukra, hogy a 18. pont szerinti „azonban, elvárt az ellenszolgáltatás tényének folyamatos írott formában történő megjelenítése”, a videók alatti leírást jelenti a YouTube platform esetében. Ezzel kapcsolatban hozzátették, hogy Kása Roland versenytársainak a videóiban sem tekintenek az influencerszerke a videók alatti szövegre a videótól különálló szöveges tartalomként, amely álláspontjuk szerint erősítheti, hogy a hivatkozott Tájékoztatóban foglaltak a piaci szereplők számára nem teljesen egyértelműek.
47. Álláspontjuk szerint a Tájékoztató 18. pontja aggályos egyrészt azért, mert szigorúbb kötelezettséget ír elő, mint a jogszabály, mivel többet vár el, mint az Fttv. mellékletének 11. pontja, annak ellenére, hogy a Tájékoztató nem jogszabály és alacsonyabb helyen áll a jogforrási hierarchiában, mégis többet kötelezettséget ír elő a vállalkozások részére.
48. Továbbá a Tájékoztató 11. és 18. pontját együttesen vizsgálva az is megállapítható, hogy a platformok által biztosított, bekapcsolható címke használatával kapcsolatos gondolatmenet nem teljesen helytálló, tekintettel arra, hogyha a Tájékoztató 16. pontja a szöveges tartalom esetén elegendőnek tartja a hirdetési címke bekapcsolását míg a 18. pont úgy fogalmaz, hogy „a videóformátumban megjelenő tartalom esetén az előbbieken ismertetetteken túl (...), elvárt az ellenszolgáltatás tényének folyamatos írott formában történő megjelenítése.”, mely egyébként vélhetően az Instagramra, mint közösségi média platformra fókuszál, és nem veszi figyelembe a YouTube, mint a valódi hosszúvideós közösségi média platformnak a sajátosságait.
49. A 16. pontban egyértelműen az került rögzítésre, hogy a platform hirdetési címkéjével önmagában teljesíthető az elvárás. A Tájékoztató 17. pontja, mely a „képet és szöveget együttesen megjelenítő tartalomra vonatkozó” előírásokat tartalmazza vagylagosan és nem konjunktívan várja el a platformhoz kapcsolódó címke alkalmazását, mely megkülönböztetést a „videót és szöveget megjelenítő tartalom” esetétől nem látja indokoltnak és világosan megfogalmazottnak a Tájékoztató 18. pontjában.
50. E körben hivatkozott a nemzetközi standardokra is. Az Európai Önszabályozó Reklámszervezet (EASA) 2023-ban kiadott, tulajdonképpen frissített influencerszer marketing tájékoztatójában²⁶ a reklámjelleg átláthatóságának jelölésére vonatkozó javaslatait olvashatjuk, ahogyan azt is csak javasolja, de nem várja el, hogy a különböző jelölési módokat az influencerszerke kombinálják, együtt használják. A 2024-ben frissült International Chamber of Commerce (ICC) kódexe²⁷, mely kimondja, hogy az influencerszer marketing kommunikációnak az adott médiumhoz (platformhoz) kell igazodnia. Továbbá, ha a tartalom reklámjellegűt tartalmaz, azaz szponzorált, akkor annak a szövegből vagy a tartalomból egyértelműen ki kell derülnie.
51. A fenitek miatt javasolta, hogy a GVH módosítsa, illetve oldja fel a jogforrási hierarchia okán fennálló szigorúbb előírásra vonatkozó gyakorlatát, vagy tegyen különbséget a videók

²⁵ Tájékoztató az influencerszer marketingről, elérhető a GVH honlapján

²⁶ Best practice recommendation on influencerszer marketing guidance – 2023

²⁷ Advertising and Marketing Communications Code 18.2. pontja

és a YouTube videók között, mely előírás leköveti a platformadottságokat és a valós fogyasztói eszközhasználat módját, mely befolyásolja a fogyasztói tájékoztatás megvalósíthatóságát a vállalkozások oldalán.

52. A YouTube címkével és a leírással alkalmazható tájékoztatási lehetőséggel kapcsolatban Kása Roland előadta, hogy a videók alatti leírás felső része csak számítógépen megnyitva látható megfelelően, viszont a követőinek 80,8%-a nem számítógépen, hanem olyan eszközökről nézik a videókat, melyeken a leírás és az abban feltüntetett hirdetési jelleg, hashtagok gyakran nem, részlegesen, vagy csak további kattintással láthatók, amely a YouTube platform technikai működéséből következnek.
53. A tartalomgyártói és felhasználói tapasztalatokat megosztva megállapítható, hogy:
- tv készüléken a videó kiválasztása után a tartalom teljes képernyőre ugrik, a leírást készüléktől függő módszerekkel, csak további kattintással lehet megnyitni;
 - mobiltelefonon és táblagépen alapesetben csak a leírás első pár szava, vagy az első egy-két hashtag vagy a leírás első rövid része tud láthatóvá válni. Kása Roland esetében minden feltöltött videó a játékok kategóriában bekerül a „felkapottak” közé (sokszor hetekig), és az erre utaló feliratot a YouTube a teljes leírás és az összes hashtag elé helyezi. Így például a „#reklám” telefonokon és táblagépeken egy új videó esetén szinte mindig csak továbbskattintással látszódik.
54. A YouTube által a 9 db vizsgált videó kapcsán biztosított statisztikai adatok szerint a gyakorlatban a leírás tartalmát a fogyasztók 78,9%-a nem láthatta volna tovább kattintás nélkül, tehát a Tájékoztató 16. és 18. pontjaiban írt előírásoknak az eljárás alá vont videók legnagyobb részében az eljárás alá vontak – a YouTube platformszabályai és a platform működése miatt - nem is tudott volna megfelelni.
55. Kása Roland az érintett fogyasztó célcsoporttal kapcsolatban előadta, hogy a YouTube statisztikái szerint 2023. augusztus 1. óta a Rolix-csatornán elérhető tartalmak megtekintőinek 96%-a 18 éven felüli volt. Kása Roland ehhez hozzátette, hogy az őt követő felhasználók által beállított életkor valósága már az ellenőrzési körén kívül esik. Az IAB Hungary kutatásának eredménye²⁸ továbbá igazolja, hogy a magyar lakosság tisztában van az influenszer szó jelentésével, azaz tudja, hogy az influenszer ellenszolgáltatásért cserébe készít és tesz közzé tartalmakat.
56. Az eljárás alá vont vállalkozások a vizsgálati jelentésnek a ViharFlotta Kft. árbevételi adatait bemutató pontjaira reflektálva előadták, hogy a vállalkozás árbevételének jelentős része nem az érintett termékek értékesítéséből származik. A ViharFlotta Kft. érintett termékek értékesítéséből származó árbevétele hónaptól függően százalékos megoszlásban 1-25% között mozgott a vállalkozás teljes árbevételéhez viszonyítva.
57. Az eljárás alá vont vállalkozások kérték továbbá figyelembe venni, hogy az érintett termékek rendelési számát illetően negatív tendencia figyelhető meg.
58. Az eljárás alá vont vállalkozások előadták, hogy az érintett termékeket is tartalmazó <http://videostalalkozo.hu/> oldal népszerűsítésére szolgáló Facebook hirdetések havi költsége a vizsgált időszak több hónapjában is magasabb volt, mint az érintett termékek értékesítéséből származó havi nettó árbevétel.

²⁸ <https://iab.hu/dokumentumok/iab-influenszer-insight-2024-kutatasi-osszefoglalo/>

59. Az eljárás alá vont vállalkozások kiemelték, hogy a ViharFlotta Kft. webshopjába a Rolix-csatornáról, illetve egyéb YouTube videón keresztül látogatók aránya megközelítőleg az összes látogató 20%-át teszi ki, amely jól mutatja, hogy más marketing eszközökkel összevetve jelentősen kisebb szerepet játszottak a webshop forgalmában.
60. Az, hogy a fogyasztók hogyan ismerik fel egy tartalom és kifejezetten a jelen eljárás alá vont videók reklámjellegét, azt Kása Roland egy rövid kérdőíves kutatásban vizsgálta meg. A kutatás részletes leírását és eredményét csatolták²⁹, illetve ismertette annak eredményeit. A kutatásban összesen 2804 fő vett részt, melyre tekintettel álláspontjuk szerint a kutatás reprezentatívnak tekinthető, mert azt egy alkalommal bárki kitölthette és a kitöltésre nagyszámban került sor.
61. Álláspontjuk szerint a YouTube statisztikái, valamint a Kása Roland által végzett kutatás is azt igazolja, hogy a fogyasztók döntő többsége a videóban elhelyezett címkét és a vizuális utalásokat érzékeli elsődlegesen, míg a leírások megtekintése jóval alacsonyabb arányban történik.

V.2. Az eljárás alá vontak kötelezettségvállalási javaslata

62. Kása Roland és a ViharFlotta Kft. kötelezettségvállalási nyilatkozatukat³⁰ az alábbi tartalommal tették meg:
- szerződéses konstrukció és az üzleti működés felülvizsgálata,
 - edukációs célú vállalások,
 - fogyasztók részére kedvezmény biztosítása a mcshop.hu webshop-ban történő vásárlás során,
 - edukációs játék készítése a Rolix-csatornát követők, nézők számára.
63. Az eljárás alá vontak másodlagosan kérték, hogy amennyiben a GVH nem fogadja el a kötelezettségvállalást és megállapítja jogsértést, úgy a kötelezettségvállalási nyilatkozatban foglaltakat értékelje a vizsgálati szakasz lezárását megelőző, előzetes álláspont közzétevése előtt tett együttműködési és megfelelési program bevezetéseként is. A Viharflotta Kft. megfelelési törekvéseinek igazolásaként jelezte, hogy 2024. szeptember 13. napjától az Önszabályozó Reklámtestület tagja lett.³¹

V.3. Az eljárás alá vontak észrevételei az előzetes álláspontra

64. Az eljáró versenytanács előzetes álláspontjára³² az eljárás alá vontak az alábbi észrevételeket³³ tették.
65. Az eljárás alá vontak nyilatkoztak, hogy
- elismerik a jogsértést és lemondanak a jogorvoslati jogokról;
 - nem kérik a tárgyalás megtartását;

²⁹ VJ/15-51/2024. számú irat melléklete

³⁰ VJ/15-32/2024. számú irat II. pont

³¹ VJ/15-51/2024. számú irat.

³² VJ/15-54/2024. számú irat a ViharFlotta Kft. számára betekinthető változat, VJ/15-55/2024. számú irat a Kása Roland számára betekinthető változat.

³³ VJ/15-57/2024. számú irat.

- minden szükséges együttműködési vállalást, így különösen a megfelelési és edukációs vállalásokat (a 2024. augusztus 31-én kelt kötelezettségvállalási nyilatkozatban foglaltakat figyelembe véve), illetve minden további a GVH által előírt vállalást teljesíteni kívánnak.
 - mindenben együtt kívánnak működni a GVH-val annak érdekében, hogy az előzetes álláspontban foglaltak szerint az eljáró versenytanács a bírságösszeget a lehetőlegnagyobb százalékban, lehetőség szerint 65 %-kal csökkentse.
66. Az eljárás alá vontak az eljáró versenytanács visszajelzését követően a vállalásukat bírságcsökkentő együttműködési vállalásként a határozat melléklete szerinti tartalommal is fenntartották.³⁴
67. Kérték, hogy az eljáró versenytanács a bírság kiszabásával egyidejűleg engedélyezze a bírságösszeg részletekben történő megfizetését a legkedvezőbb módon, tekintettel arra, hogy jelen gazdasági helyzetben az eljárás alá vontakon kívül álló okok lehetetlenné teszik a bírságösszeg határidőre történő egyösszegű teljesítését, valamint a bírság egyösszegben történő megfizetése számukra a jelenlegi gazdasági helyzet és a lecsökkent bevétel összege miatt aránytalan nehézséget jelentene. A részletfizetési kérelmük alátámasztására mindkét eljárás alá vont külön iratokat³⁵ csatolt, amelyek figyelembe vételét kérték a Tptv. 62/C. § (1) és (2) bekezdésének alkalmazása során.
68. A ViharFlotta Kft. a részletfizetés iránti kérelme indokaként előadta, hogy [üzleti titok].³⁶
69. Kása Roland a bírságszámítás kapcsán előadta, hogy [Üzleti titok].

VI.

Jogsabályi háttér

70. Az Fttv. 3. § (1) bekezdése szerint tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. Az Fttv. 3. § (2) bekezdése szerint tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat,
- a) amelynek alkalmazása során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem az észszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el, és
 - b) amely érzékelhetően rontja azon fogyasztó lehetőségét a termékkel kapcsolatos, a szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, akivel kapcsolatban alkalmazzák, illetve akihez eljut, vagy aki a címzettje, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.
71. Az Fttv. 3. § (3) bekezdése szerint a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).

³⁴ VJ/15-59/2024. számú irat.

³⁵ VJ/15-57/2024. számú irat mellékletei: 1. sz. melléklet: Nyilatkozat és annak 1. sz. függeléke – ViharFlotta Kft. [ViharFlotta Kft. üzleti titkát tartalmazó változat tartalmazza], 2.sz. melléklet: Észrevétel és nyilatkozat – Kása Roland Ardzsuna egyéni vállalkozó [Kása Roland Ardzsuna egyéni vállalkozó üzleti titkát tartalmazó változat tartalmazza]

³⁶ VJ/15-59/2024. számú irat és melléklete.

72. Az Fttv. 3. § (4) bekezdése szerint a mellékletben meghatározott kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelenek.
73. Az Fttv. mellékletének 11. pontja szerint tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősül az írott vagy elektronikus médiában szerkesztői tartalom használata a termék értékesítésének vagy más módon történő igénybevételenek előmozdítására úgy, hogy ezért a vállalkozás ellenszolgáltatást nyújtott, ez azonban nem tűnik ki egyértelműen a tartalomból vagy a fogyasztó számára egyértelműen felismerhető képi vagy akusztikus elemekből (szerkesztői tartalomnak álcázott reklám).
74. Az Fttv. 4. § (1) bekezdése szerint a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki észszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve termék nyelvi, kulturális és szociális – különösen családi kapcsolatokkal összefüggő – vonatkozásait is. Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni.
75. Az Fttv. 4. § (2) bekezdése ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló termék vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportja magatartásának torzítására alkalmas, és ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által észszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni. Ha a kereskedelmi kommunikáció a családi kapcsolatot, a családi közösséget hangsúlyosan megjeleníti, e bekezdés alkalmazása szempontjából egyértelműen azonosítható csoportnak tekinthető az ilyen kereskedelmi kommunikációval megszólított családtagok köre.
76. Az Fttv. 9. § (1) bekezdése szerint a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett termék értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll. A (2) bekezdés szerint az (1) bekezdés szerinti vállalkozás felel akkor is, ha a kereskedelmi gyakorlatot szerződés alapján más személy valósítja meg a vállalkozás érdekében vagy javára. A (3) bekezdés szerint a (2) bekezdéstől eltérően, a kereskedelmi kommunikáció megjelenítési módjával összefüggő okból eredő jogsértésért az is felel, aki a kereskedelmi kommunikációt az arra alkalmas eszközök segítségével megismerhetővé teszi, valamint aki önálló gazdasági tevékenysége körében a kereskedelmi kommunikációt megalkotja vagy ezzel összefüggésben egyéb szolgáltatást nyújt, kivéve, ha a jogsértés az (1) bekezdés szerinti vállalkozás utasításának végrehajtásából ered. Az ilyen jogsértő kereskedelmi gyakorlattal okozott kárért e személyek az (1) bekezdés szerinti vállalkozással egyetemlegesen felelnek.
77. Az Fttv. 19. § c) pontja szerint a Gazdasági Versenyhivatalnak a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárására az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a versenyfelügyeleti eljárásnak a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvényben (a továbbiakban: Tpv.) megállapított rendelkezéseit kell alkalmazni. A Tpv. 46. § (1) bekezdése szerint a versenyfelügyeleti eljárásra a Tpv.-ben foglalt rendelkezéseket kell alkalmazni.
78. Az eljáró versenytanács határozatában a Tpv. 76. § (1) bekezdésének
- f) pontja alapján megállapítja a jogsértés tényét;

- i) pontja alapján a jogsértés megállapítása esetén arányos és a jogsértés megszüntetéséhez vagy a jogsértés hatásainak kiküszöböléséhez szükséges kötelezettséget – ideértve a magatartásra vonatkozó, vagy szerkezeti korrekciós intézkedéseket – ír elő, így különösen az ügylet jellegének megfelelő üzleti kapcsolat létrehozásától vagy további fenntartásától való indokolatlan elzárkózás esetén szerződéskötésre kötelez;
 - k) pontja alapján bírságot szab ki.
79. A Tpv. 78. § (1) bekezdés a) pontja értelmében az eljáró versenytanács bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe tartozó jogsértő magatartást valósít meg. Az (1b) bekezdés alapján a bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve azon - a határozatban azonosított - vállalkozáscsoport a határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tizenhárom százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja. A hatékonyabb jogérvényesítés érdekében egyes törvényi szabályok veszélyhelyzet idején történő eltérő alkalmazásáról szóló 184/2024. (VII. 8.) Korm. rendelet 3. §-a értelmében ugyanakkor a Tpv. 78. § (1b) bekezdésétől eltérően a bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve azon - a határozatban azonosított - vállalkozáscsoport a határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tizenöt százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja.
80. A Tpv. 46. § (1) bekezdése alapján a versenyfelügyeleti eljárásra a Tpv.-ben foglalt rendelkezéseket kell alkalmazni. Az általános közigazgatási rendtartásról szóló 2016. évi CL. törvény rendelkezéseit akkor kell alkalmazni, ha azt a Tpv. kifejezetten előírja.

VII.

Jogi értékelés

VII.1. Hatály

81. A fentebb ismertetett tényállásra az Fttv. rendelkezései alkalmazandók tekintettel arra, hogy az eljárás alá vont által alkalmazott tájékoztatások természetes személy fogyasztóknak szólnak Magyarország területén.

VII.2. Hatáskör, illetékesség

82. Az Fttv. 10. § (3) bekezdése szerint a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.
83. Jelen eljárásban a gazdasági verseny érdemi érintettsége fennáll, figyelemmel az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtségére, különösen a YouTube oldalán megvalósított széles földrajzi területen elérhető kereskedelmi kommunikáció jellegére, így a közösségi média oldal útján elért széles fogyasztói körre (több, mint 280ezer követő). Így az Fttv. 11. § (1) bekezdés a) pontja alapján az eljárás a GVH hatáskörébe tartozik.

84. A GVH illetékességét a Tpv. 45. §-a állapítja meg.

VII.3. A felelősség megállapításának jogszabályi alapja és értékelése

85. Az Fttv. 2. §-ának b) pontja szerint az Fttv. alkalmazásában vállalkozás, aki a kereskedelmi gyakorlat tekintetében önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével összefüggő célok érdekében jár el.

86. Ennek körében mind a ViharFlotta Kft., mind Kása Roland egyéni vállalkozó a Versenytanács gyakorlatára tekintettel vállalkozásnak minősül, amely szerint: „*[Akik a] termékekkel kapcsolatos kereskedelmi gyakorlatukat üzletszerűen, gazdasági haszonszerzés céljából folytatják, azok az Fttv. fogalom-rendszerében vállalkozásnak minősülnek, függetlenül attól, hogy tevékenységüket milyen szervezeti keretek között (természetes személyként, jogi személyként vagy jogi személyiséggel nem rendelkező szervezetként) végzik.*” (Vj/103/2010.)
87. Az Fttv. 9. § (1) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll.
88. Az Fttv. 9. § (3) bekezdése értelmében a (2) bekezdéstől eltérően, a kereskedelmi kommunikáció megjelenítési módjával összefüggő okból eredő jogsértésért az is felel, aki a kereskedelmi kommunikációt az arra alkalmas eszközök segítségével megismerhetővé teszi, valamint aki önálló gazdasági tevékenysége körében a kereskedelmi kommunikációt megalkotja vagy ezzel összefüggésben egyéb szolgáltatást nyújt, kivéve, ha a jogsértés az (1) bekezdés szerinti vállalkozás utasításának végrehajtásából ered. Az ilyen jogsértő kereskedelmi gyakorlattal okozott kárért e személyek az (1) bekezdés szerinti vállalkozással egyetemlegesen felelnek.
89. A joggyakorlat értelmében (lásd pl. VJ/51/2010. számú versenyfelügyeleti eljárásban hozott döntést) az Fttv. mellékletének 11. pontja szerinti jogsértés megállapítása esetén a reklám közzétevőjének és a forgalmazójának, gyártójának a felelőssége is megállapítható egyidejűleg.
90. Az Fttv. 9. § (1) bekezdésében alkalmazott érdek-elv figyelembevételével a jelen versenyfelügyeleti eljárás során vizsgált kereskedelmi gyakorlattal kapcsolatban a ViharFlotta Kft. eljárás alá vont vállalkozás felelőssége megállapítható, tekintettel arra, hogy a vizsgálattal érintett termékeknek, rendezvényeknek és márkanevnek a vizsgált kereskedelmi gyakorlat révén történő népszerűsítése, értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll, azokból bevételre tesz szert. A kapcsolódó kereskedelmi kommunikációk egy részét is a vállalkozás hozza létre és teszi közzé weboldalán. Az Viharflotta Kft. véleményvezérekkel a szolgáltatás népszerűsítésére kötött merchandising szerződés szintén azt támasztja alá, hogy a vállalkozásnak a szolgáltatás igénybevételének ösztönzése közvetlenül érdekében állt, mivel abból bevétele származott a vizsgált időszakban.
91. Az Fttv. melléklete 11. pontjának megsértéséért Kása Rolandnak az Fttv. 9. § (1) bekezdése alapján szintén fennáll, tekintettel arra, hogy [Üzleti titok]. A közvetlen érdekeltség megállapítható, tekintettel arra, hogy a termékek népszerűsítéséért az érintett eljárás alá vont ilyen módon tett bevételre szert.
92. A vizsgált kereskedelmi kommunikációk létrehozásáért és közzétételéért Kása Roland eljárás alá vont az Fttv. 9. § (3) bekezdése alapján szintén felel, tekintettel arra, hogy a vizsgált kereskedelmi kommunikációt arra alkalmas eszközökkel – a „Rolix” YouTube-csatornára elkészített és közzétett tartalmak útján – megalkotta. Az a megállapodásból kitűnik, hogy a szolgáltatás népszerűsítése érdekében közzétett posztok tartalmát a véleményvezér saját maga alakíthatta ki (nem a másik közvetlenül érdekelt vállalkozás utasítását végrehajtva).

VII.4. A vizsgált magatartás értékelése

VII.4.1 Az érintett fogyasztói célcsoport

93. Jelen versenyfelügyeleti eljárásban érintett fogyasztók azon természetes személyek, akik változó intenzitással, de rendszeresen követik a YouTube felületén megtalálható, elsősorban a videojátékos témában aktív influenszereket, különös tekintettel a Minecraft című játék kedvelőire és játékosbázisára. Tekintettel arra, hogy a Kása Roland által „Rolix” művésznéven működtetett csatorna hazai keretek között már magas népszerűséggel rendelkezik, így már önmagában is ismert influenszernek minősül a Minecraft játékosok körében. Ezen körben Kása Roland ismertsége és a játék iránti általános kedvtelés is motiválhatja az érintett fogyasztókat a nevéhez kötődő termékek megvásárlására és a rendezvények látogatására. Érintettek továbbá azon fogyasztók is, akik a videókat eseti, egyszeri jelleggel tekintik meg, de nem követik a csatornát.
94. Az Fttv. 4. § (2) bekezdése alapján beazonosítható sérülékeny fogyasztói kör, tekintettel arra, hogy a vizsgálat tárgyát képező „Rolix” YouTube-csatorna megjelenése, tematikája és a Minecraft játék stílusa is elsősorban a fiatalokat és azon belül is a kiskorúakat célozza meg, körükben magas népszerűséggel rendelkezik. A ViharFlotta Kft. további videós partnereinek hasonló stílusa, tematikája, a webshopjának grafikus megjelenése, termékei és az általa szervezett videós találkozó nevű rendezvény megjelenése, tematikája, programjai és jellemző közönsége is kifejezetten a fiatalok és kiskorúak körében kelt fokozott érdeklődést, vásárlási, látogatási hajlandóságot. Mindezek alapján megállapítható, hogy az életkorukból fakadóan különösen kiszolgáltatott fogyasztói kör érintett a vizsgált kereskedelmi gyakorlattal.
95. Ezen a körön belül figyelemmel kell lenni arra, hogy az érintett fogyasztókra jellemző a fiatal korból eredő csoporthoz tartozás fokozott igénye, a népszerű, ismert személyek irányába kimutatott fokozott érdeklődés, rajongás, illetve a fiatalkori csoportdinamika során jellemző fokozott vágy az önkifejezésre, amelynek közvetlen következménye egy általánosan ismert márka, „brand” követése, termékeinek vásárlása. Ilyen „brand” jelen esetben a Kása Roland által megformált „Rolix” nevű videós karakter is, amelyet fokozottan alátámaszt a tény, hogy a ViharFlotta Kft. is kiemelten kezeli ezt a karaktert és „brandet” a webshop oldalán és a rendezvények népszerűsítése során.
96. A Versenytanács joggyakorlata szerint
- *„[...] a sérülékenység fogalma kapcsán az eljáró versenytanács utal egyrészt a vonatkozó jogszabályhelyre, másrészt a joggyakorlatra, ugyanis – szemben az eljárás alá vont álláspontjával – az Fttv. 4. §-a körében nem pusztán a hétköznapi értelemben vett kiszolgáltatott vagy sérülékeny személyek érintettségéről van szó. Fontos azonban kiemelni, hogy – még az átlagosan racionális, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel eljáró fogyasztók esetében is jelentősége van a célcsoport jellemzőinek, ugyanis ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, akkor az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni a kereskedelmi gyakorlat üzenetének értékelésekor, továbbá – a sérülékenység meghatározásánál nem pusztán a célcsoportnak van jelentősége, hanem annak is, hogy a célcsoport magatartásának torzítására való alkalmasság a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által észszerűen előre látható: azaz a piaci szereplő tudja, hogy mely állítások, szlogenek keltik fel a célzott kör figyelmét.” (VJ/102/2014.)*

- *„Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni. Előfordulhat ugyanakkor, hogy a kereskedelmi gyakorlatnak nincs ilyen speciális címzetti köre, azonban jellegénél fogva mégis egy ún. sérülékeny fogyasztói csoport esetében speciális hatással rendelkezhet (magatartás torzítására alkalmas). Ha ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni. [...]”* (VJ/102/2014.)

97. Az eljáró versenytanács nem tudta elfogadni az eljárás alá vontak védekezését, miszerint a Rolix-csatornán elérhető tartalmak megtekintőinek 96%-a 18 éven felüli volt a Google rendszere szerint és a felhasználók által beállított életkor valósága már az ellenőrzési körén kívül esik. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a YouTube felületén elérhető statisztikai adatok nem tekinthetők hiteles információknak, tekintettel arra, hogy a felhasználók minden további következmény nélkül adhatnak meg magukról valótlán adatokat, illetve használhatják az érintett felületet más személy – akár szülő, idősebb testvér stb. – profiljába bejelentkezve is. Emellett a Rolix csatorna profilja (választott tartalom, stílus) alapján is nyilvánvaló, hogy azt jelentős részben kiskorúak nézik, követik, amit az eljárás alá vontak az általuk szervezett rendezvényeken megjelenő látogatók alapján maguk is érzékelhettek, illetve előre láthattak.

98. Minderre tekintettel az eljáró versenytanács álláspontja szerint a kereskedelmi kommunikációk értékelését az Fttv. 4. § (2) bekezdése alapján indokolt elvégezni.

VII.4.2 A kommunikáció üzenete

99. A vizsgált hirdetések üzenete egyrészt annak jelzése, hogy a „Rolix” márkájú különböző termékek elkészültek, megvásárolhatóak, amely kifejezetten a karaktert kedvelő fogyasztók számára lehet érdekes. Így a hirdetés a Minecraft játék rajongói közösségén belül is kifejezetten „Rolix” közvetlen közönségét célozza.

100. A vizsgált hirdetések másrészt a ViharFlotta Kft. által szervezett videós találkozó rendezvényeket népszerűsítik, amely elsősorban a vállalkozás videós-partnerek követői, nézői számára jelentenek fokozott érdeklődést, ugyanis ezen csoport jellemzően szeretne személyesen is találkozni az általa követett influenszerekkel. Másodsorban pedig azon fogyasztók számára is érdeklődést válthat ki a rendezvény, akik általánosabban követik a Minecraft játékkal foglalkozó influenszereket, hiszen amennyiben eseti jelleggel nézik meg a videós-partnerek tartalmait, úgy már nagyobb érdeklődéssel látogathatnak el a rendezvényekre, hogy a témában aktív további tartalomgyártókat ismerhessenek meg.

VII.4.3 A fogyasztó üzleti döntése

101. Az Fttv. melléklet 11. pontjában szereplő magatartás esetében a fogyasztó üzleti döntésének vizsgálata nem szükséges, mivel a mellékletben meghatározott kereskedelmi gyakorlatok a törvény erejénél fogva tisztességtelenek, semmilyen további külön feltételnek nem kell teljesülnie, így az sem vizsgálendő, hogy a gyakorlat befolyásolta-e az üzleti döntést, mivel ezt a jogalkotó már feltételezte e magatartások vonatkozásában.

102. Szükséges továbbá megjegyezni, hogy az Fttv. mellékletének 11. pontja szerinti jogsértés önmagában abból ered, hogy a fogyasztó számára nem egyértelmű, hogy reklámot lát, miközben a mások (különösen a kedvelt vagy követett közösségi média szereplők)

véleménye, pozitív tapasztalata, ajánlása, megerősítése – tudatosan vagy tudat alatt – nagyobb hatással lehet a fogyasztói döntésre mint egy beazonosított reklám.

VII.4.4 Az Fttv. melléklet 11. pontja szerinti részletes értékelés

103. A szerkesztői tartalomnak álcázott reklám esetében az alábbi tényállási elemeket szükséges igazolni:
- írott vagy elektronikus médiában
 - szerkesztői tartalom használatára kerül sor
 - a termék értékesítésének előmozdítására úgy, hogy
 - ezért a vállalkozás ellenszolgáltatást nyújtott,
 - ez azonban nem tűnik ki egyértelműen a tartalomból vagy a fogyasztó számára egyértelműen felismerhető képi vagy akusztikus elemekből.
104. A véleményvezérek által működtetett közösségi profiloldalak (közösségi média), az általuk előállított és közzétett tartalmak (szövegek, videók, képek, linkek, vélemények stb.), illetve azok sorozata, folyamata szerkesztői tartalomnak minősül.
105. A profiloldalakon található posztok, fotók, videók, illetve az azokhoz kapcsolódó szövegek lényegi tartalmának kialakítása, kiválasztása és összeállítása a véleményvezér szerkesztői tevékenysége révén valósul meg. E szerkesztői tevékenység során annak van jelentősége, hogy elhatárolhatóak-e a fogyasztók számára a különböző célú (független és fizetett) tartalmak az adott, véleményvezér által szerkesztett közösségi oldalon, ahol a fogyasztók alapvetően független, szórakoztató tartalmakat várnak.
106. A rendelkezésre álló adatok alapján megállapítható, hogy a véleményvezér Kása Roland közösségi profiloldalán elhelyezett a ViharFlotta Kft. termékeivel, szolgáltatásaival kapcsolatos tartalmakat, amelyeknek a bemutatott merchandising szerződések szerinti célja a szolgáltatás értékesítésének ösztönzése volt. A megjelent kereskedelmi kommunikációk ezért egyértelműen fizetett szerkesztői tartalomnak tekintendők.
107. Az ún. véleményvezérekkel kapcsolatos ügyekben (VJ/110/2016., VJ/111/2016., VJ/112/2016.) a Versenytanács aláhúzta, alapvetően akkor jogszerű az Fttv. rendelkezéseire figyelemmel a közösségi médiában egy magánszemély (legyen az közszereplő, véleményvezér, kiskorú youtuber, blogger, vlogger stb.) posztjainak sorában (közösségi oldalán) megjelenő fizetett tartalom, ha abban egyszerűen, egyértelműen, közérthetően, továbbá jól észlelhetően, hangsúlyosan, a fogyasztók számára szembetűnően és szükségszerűen érzékelhetően megjelenik, hogy az nem egy független, semleges vélemény vagy ajánlás, hanem valamilyen ellenszolgáltatás vagy egyéb közvetlen gazdasági érdek (is) van mögötte, ide értve azokat az eseteket is, amikor az oldal fenntartója, a magánszemély valamilyen kedvezményt, ajándékot vagy szolgáltatást kap a posztért, az ajánlásért cserébe, valamint azt is, ha valaki saját vállalkozását vagy vállalkozásának termékét reklámozza (de ez a kapcsolat nem derül ki a kereskedelmi gyakorlatból, illetve nem is köztudott), azzal, hogy ez utóbbi esetben nem feltétlenül az Fttv. melléklet 11. pontja szerinti tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tényállása áll fenn. Lényeges tehát, hogy a kereskedelmi gyakorlatból (a posztból magából) egyértelműen derüljön ki, hogy kereskedelmi gyakorlatról, reklámról/fizetett/támogatott tartalomról van szó, ki a

reklámozó/közzevető vállalkozás, a szerkesztett tartalomtól eltérő tartalomról van szó (a vizuális megjelenésben is).

108. Az Fttv. 11. melléklete kapcsán a Versenytanács gyakorlata alapján az ellentételezés tényének van meghatározó jelentősége. Ha az ellentételezés ténye megállapítható, akkor lényegtelen, hogy a tájékoztatás milyen objektív tartalommal bír, mivel a jogsértés ettől függetlenül, a reklám álcázott volta révén valósul meg.³⁷
109. Jelen ügyben megállapítható az ellentételezés ténye, tekintettel arra, hogy Kása Roland [üzleti titok], a rendezvényeken történő megjelenések során pedig [üzleti titok]. Ezen az a körülmény sem változtat, [üzleti titok].
110. A Versenytanács gyakorlata alapján a szerkesztői tartalomnak álcázott reklám ellenszolgáltatásának megvalósulása nemcsak akkor állapítható meg, ha a felek a közöttük létrejött megállapodásban vagy az általuk kibocsátott számlán, pénzügyi elszámolásukban stb. kifejezetten nevesítették a szerkesztői tartalomnak álcázott reklámért fizetendő ellenszolgáltatást. Az ellenszolgáltatás léte akkor is megállapítást nyer, ha a reklámért fizetendő ellenértékből oly módon részesül kedvezményben a reklámozó (megbízottja), hogy a reklám egy része, így különösen a szerkesztői tartalomnak álcázott rész kapcsán „ingyenességben” állapodnak meg a felek.³⁸
111. A vizsgált kereskedelmi kommunikáció esetében kölcsönösen nyilatkozták az eljárás alá vontak, hogy a hirdetések megjelenítéséért nem járt közvetlen ellenszolgáltatás, továbbá a Kása Roland részére promóciós céllal megküldött termékek is bizonyos feltételek mellett ingyenesen álltak rendelkezésére, ezek a körülmények nem mentesítik az eljárás alá vontakat a szerkesztői tartalomnak álcázott reklám feltételei alól, tekintettel a fentiekben is megállapítottakra, miszerint a közvetlen kereskedelmi érdekelttség továbbra is fennállt a hirdetett termékek és rendezvények kapcsán.
112. A hirdetési jellegű tartalom felismerhetősége, illetve feltüntetésének módja kapcsán az eljárás alá vont vállalkozások hivatkoztak a GVH influenszer marketingről szóló Tájékoztatójára. Ennek kapcsán az eljáró versenytanács először is rögzíti, hogy nem a Tájékoztató, hanem az Fttv. alapján értékeli a magatartást. A Tájékoztató, mint puha jogi (soft law) eszköz és a Tptv. 36. §-a alapján kiadott Közleményhez hasonlóan „nem kötelező erejű előírás, csupán a jogalkalmazói gyakorlatot összesíti, a jogalanyok jogkövető magatartását segíti.”³⁹ Ugyanakkor az eljáró versenytanács alábbiakban kifejtettek álláspontja szerint nincs különbség az Fttv. és a Tájékoztató alapján történő értékelés között, az eljáró versenytanács nem csak az Fttv., hanem a Tájékoztató alapján is kifogásolhatónak tartja a vizsgált kereskedelmi gyakorlatot. A Tájékoztató esetleges pontosításítása – amit az eljárás alá vontak felvetettek – nem jelen eljárás tárgya, a GVH az általa kiadott közleményeket és tájékoztatókat a joggyakorlat alakulása és a piaci tapasztalatok fényében rendszeresen felülvizsgálja.
113. Az eljárás alá vont vállalkozások hivatkoztak a Tájékoztató 16. pontjára, amely szerint „Amennyiben arra az alkalmazott platform lehetőséget ad, az ahhoz kapcsolódó tartalomjegyzékre hivatott (egyértelmű, érthető, észlelhető) hirdetési címke (pl. Instagram esetén: „fizetett együttműködés a partnerrel”) használatával is önmagában

³⁷ Elvi Döntések 2024. I.M11.3.

³⁸ Elvi Döntések 2024. I.M11.4.

³⁹ VJ/42/2018; a Fővárosi Törvényszék 2021. január 6. napján kelt 104.K.706.606/2020/12. számú ítéletének 39. pontja

teljesíthető az elvárás.” Ezzel kapcsolatban megállapítható, hogy a Tájékoztató ezen pontja – ahogyan a II.3. alpont címe azt jelzi is – a kizárólag *szöveges tartalmat* magában foglaló bejegyzésekre vonatkozik. A videós tartalmakra a Tájékoztató 18. és 19. pontjai vonatkoznak:

- *„18. A videóformátumban megjelenő tartalom esetén az előbbieken ismertetettekén túl a narrációban elhangzó utalással erősíthető a figyelemfelhívás, azonban, elvárt az ellenszolgáltatás tényének folyamatos írott formában történő megjelenítése. A narratív utalás erre tekintettel nem kötelező, hanem választható eleme a tartalomnak.”*
- *„19. Abban az esetben, amikor egy adott termék/szolgáltatás bemutatása nem fedi le a videó egészét vagy több különböző termék/szolgáltatás kerül bemutatásra, lehetőség szerint az adott termék/szolgáltatás említésével egyidejűleg történjen az ellenszolgáltatás tényére utalás.”*

114. A vizsgált csatornán 2023. augusztusa és az eljárás megindítása közötti időszakban közzétett 17 videós bejegyzésből 9 tartalmazott kereskedelmi kommunikációt (lásd a határozat 33. pontjában található táblázatot). Ezen 9 videó esetében ellenkező bizonyíték hiányában az eljáró versenytanács elfogadta Kása Roland nyilatkozatait miszerint a YouTube platform *„Fizetett promóciót tartalmaz”* címkéjét használta. Az is megállapítható ugyanakkor, hogy ez a címke nem folyamatosan látható a videók alatt (hanem az indulást követő 10 másodpercig), valamint, hogy azon videóknak, amelyeknek van egy hirdetési tartalmú része (9-ből 5 esetben), ez a rész (5-ből 3 esetben) nem a videó indulásakor látható, azaz nem akkor amikor a *„Fizetett promóciót tartalmaz”* címke megjelenik, hanem később, és ezen rész közben nem jelenik meg az ellentételezésre, illetve hirdetésre utaló más címke, vagy jelzés. Így a *„Fizetett promóciót tartalmaz”* címke és a hirdetési tartalom egymástól elváltan jelent meg, a videó elején megjelenő címke alapján az átlagfogyasztó az akkor látható tartalomhoz (a Minecraft játékhoz) kapcsolódó a fizetett promócióra gondolhatott, holott az Fttv. szerinti elvárás, hogy a tartalomból egyértelműen tűnjön ki, vagy a fogyasztó számára a képi vagy akusztikus elemekből egyértelműen legyen felismerhető, hogy reklámról és mely termék reklámjáról van szó (és a Tájékoztató 19. pontja is elvárja, hogy az adott termék/szolgáltatás említésével egyidejűleg történjen az ellenszolgáltatás tényére utalás). A videó mint formátum lehetőséget biztosított, hogy az adott rész közben a hirdetési jelleget a videó készítője egyértelműen feltüntesse (pl. egy reklám felirat megjelenítésével), különösen, ha azzal tisztában van, hogy a videó terjesztésére használt platformon alkalmazható címke nem akkor lesz látható, amikor a hirdetési tartalmú rész. Az eljáró versenytanács megjegyzi ugyanakkor, hogy a hirdetési tartalmú videórészek valóban más képi világgal (pl. a Minecraft-os képek nélkül) és más tartalommal jelentek meg (a játékra vonatkozó kommunikáció helyett kifejezetten valamilyen termék ajánlásával, de az ellenszolgáltatás vagy közvetlen gazdasági érdek jelzése nélkül). A fogyasztók egy része esetleg összeköthette azokat az induláskor látható promóciós figyelmeztetéssel, ugyanakkor ez az átlagfogyasztókra nem feltétlenül teljesült, a jelen esetben érintett fiatalokú célcsoportra tekintettel pedig az eljáró versenytanács szerint különösen indokolt lett volna a termék-ajánlást közlő videórészeknél a hirdetés/reklám jelleg egyértelműbb, szöveges jelzése is. Ezt a kiskorú célcsoport esetében magasabb elvárásokra és külön tájékoztatásra

vonatkozó értelmezést támogatja a médiaszabályozási analógia⁴⁰ is, amely akkor is releváns példa, ha az a közösségi médiára nem vonatkozik: a jogalkotó – éppen az elhatárolás nehézségei miatt – az Mttv. hatálya alá tartozó médiaszolgáltatásokban megtiltotta a kifejezetten tizennégy év alatti kiskorúaknak szóló műsorszámokban a termékmegjelenítést és általában a műsorszámokban a vásárlásra való felhívást, illetve a műsorszámot megszakító termékmegjelenítés, reklámozás tényéről való külön tájékoztatásokat követel meg.

115. A hirdetés jellegű tartalmak folyamatos szöveges jelzésére a videók alatti leírásokban is lehetőség lett volna, de erre – Kása Roland által is elismerten – nem került sor. Ezek a tartalmak is a szerkesztői tartalom részének tekinthetők, hiszen ez a szöveges rész is ugyanannak a célcsoportnak szól, a tartalom részletesebb leírását, annak megvalósítási módját, eszközeit stb. közli, így tekintettel arra, hogy a célcsoportba tartozó fogyasztók jellemzően fokozott érdeklődéssel bíró követői, rajongói az adott témakörnek és magának a véleményvezérnek is, reális, hogy a szöveges tartalmat is külön kibontják, még akkor is ha az alapesetben az általuk használt felületen esetleg nem látszik. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a Kása Roland által elvégzett kutatás nem volt alkalmas a fogyasztói viselkedés megfelelő feltárására (annak reprezentativitása és módszertana is vitatható), de az eljáró versenytanács ezen kritikáktól függetlenül sem tekinti azt releváns bizonyítéknak, ugyanis a jogsértés bizonyításához nincs arra szükség, hogy a szöveges leírást elérők tényleges száma, vagy aránya egy adott szint felett legyen, elegendő azt belátni, hogy az is a célcsoportnak szóló szerkesztői tartalom és a célcsoporthoz el is juthatott. Jelen esetben ez pedig egyértelműen teljesül. Releváns továbbá, hogy mégha el is fogadjuk, hogy valamennyi videó a „*Fizetett promóciót tartalmaz*” címkét megjelenítette (induláskor 10 másodpercig), az a videók alatti szöveges rész hirdetési tartalmával nem tudott oly módon összekapcsolódni, hogy annak jogsértő jellegét orvosolni tudja (azon videók esetében sem, amelyekben volt hirdetési tartalmú rész, azokban pedig különösen nem, amelyekben nem is volt ilyen rész, ezek esetében még erősebb lehet a promóciós jelzés Minecraft-hoz kapcsolása).

116. A fentiek alapján tehát a Kása Roland által 2023 augusztus 13. és 2024. február 24. között közzétett 9 db videó alatti szöveges részek⁴¹, valamint 5 db hirdetési részt is tartalmazó

⁴⁰ A médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvény (a továbbiakban: Mttv.) 30. § (3) bekezdés b) pontja alapján a médiaszolgáltatásban nem tehető közzé termékmegjelenítés a kifejezetten tizennégy év alatti kiskorúaknak szóló műsorszámokban, illetve a 31. § (1) bekezdés b) pontja értelmében a termékmegjelenítést tartalmazó műsorszámok (általánosságban, célcsoporttól függetlenül) nem hívhatnak fel közvetlenül áru megvásárlására vagy bérlésére, illetve szolgáltatás igénybevételére. Az Mttv. 31. § (2) bekezdése alapján pedig a nézőket és hallgatókat - optikai vagy akusztikus módon - egyértelműen tájékoztatni kell a műsorszám elején és végén, valamint a műsorszámot megszakító reklámokat követően a műsorszám folytatásakor a termékmegjelenítés tényéről.

⁴¹ Ezek a 2023. aug. 13. - ÍGY KÉSZÍTS MINECRAFT KALANDPÁLYÁT! | Parancsok, saját hangok és textúrák; a 2023. aug. 15. - VÁRATLAN TÁMADÁS! | ÍGY LEGYÉL A MINECRAFT KIRÁLYA! 13. | FyreMC.hu; a 2023. szept. 9. - KAKTUSZFARM & ÓRIÁSFÖLD! MINECRAFT MESTERFOKON 85.; a 2023. okt. 30. - A LEGTÖKÖSEBB MINECRAFT FARM! MINECRAFT MESTERFOKON 86.; a 2023. nov. 12. - A LEGIJESZTŐBB MINECRAFT HORROR KALANDPÁLYA! Ti Küldtétek, Én KIÉGEK! 3.; a 2023. nov. 25. - A NAGY VILÁGALAKÍTÁS! MINECRAFT MESTERFOKON 87.; s 2023. dec. 2. - BOMBASZTIKUS MINECRAFT FA FARM! MINECRAFT MESTERFOKON 88.; a 2024. jan. 6. - A LEGŐRÜLTEBB MÉZESKALÁCS KIHÍVÁSOK! 5. és a 2024. febr. 24. - VÉGTELEN KŐ ÉS FA! MINECRAFT MESTERFOKON 89. c. videók.

videó⁴² jogsértőnek tekinthető, mert sem a videók, sem a szöveges részek tartalmából, képi vagy akusztikus elemeiből egyértelműen nem tűnt ki, illetve nem volt egyértelműen felismerhető, hogy azok hirdetést tartalmaznak.

117. Kása Roland a panasszal kapcsolatos eljárás során, illetve a versenyfelügyeleti eljárás megindulása után 2024 augusztusával bezárólag valamennyi vizsgált videó leírását módosította, így a hirdetés jellegű tartalmak megjelölését immár a videók alatti leírások is megfelelően feltüntetik. Lényeges itt, hogy a reklám jelölés azon linkekhez kapcsolódóan jelent meg, amelyek a hirdetett termékeket értékesítő felületekre vezetnek.
118. **A fentiekre tekintettel megállapítható, hogy Kása Roland által működtetett „Rolix” YouTube csatornán 2023 augusztusától 2024 augusztusáig megjelenő kereskedelmi kommunikációval (9 db videójával) az eljárás alá vont vállalkozások az Fttv. melléklete 11. pontjának megvalósításával megsértették az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat, mivel a ViharFlotta Kft. termékeit, szolgáltatásait, rendezvényeit, valamint a márkanévét népszerűsítő tartalmak, bejegyzések jelentek meg, amelyekre tekintettel a ViharFlotta Kft. ellenszolgáltatást nyújtott Kása Rolandnak, ugyanakkor ez azok tartalmából, képi vagy akusztikus elemeiből egyértelműen nem tűnt ki, illetve nem volt egyértelműen felismerhető a fogyasztók számára.**

VII.5. A kötelezettségvállalási javaslat értékelése

119. Az eljáró versenytanács jelen ügyben kötelezettségvállalás elfogadását nem látta indokoltnak. A Tptv. széles mérlegelési jogkört biztosít az eljáró versenytanács számára a kötelezettségvállalási nyilatkozat elbírálása (elfogadása vagy elvetése) tárgyában. A Kötelezettségvállalási Közlemény (a Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének 1/2018. közleménye a Tptv. 75. §-a szerinti kötelezettségvállalásról) 11. pontja értelmében az eljáró versenytanács esetről esetre mérlegeli, 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.
120. Az eljáró versenytanács a jelen ügyben nem tartja elfogadhatónak kötelezettségvállalás előírását, mert álláspontja szerint egy olyan típusú magatartás kapcsán, amely kapcsán a GVH korábban már korábbi ügyekben alkalmazott kötelezettségvállalást, valamint Tájékoztató közzétételével is segítette a piaci szereplőket a jogszerű piaci gyakorlat kialakításában, a speciális és generális prevenció elveit és az érintett sérülékeny célcsoportot is figyelembe véve nem megfelelő kimenet a kötelezettségvállalás alkalmazása és így az eljárás jogsértés vagy annak hiánya megállapítása nélkül történő lezárása.

⁴² Ezek a 2023. nov. 12. - A LEGIJESZTŐBB MINECRAFT HORROR KALANDPÁLYA! Ti Küldtéttek, Én KIÉGEK! 3., a 2023. nov. 25. - A NAGY VILÁGALAKÍTÁS! MINECRAFT MESTERFOKON 87.; s 2023. dec. 2. - BOMBASZTIKUS MINECRAFT FA FARM! MINECRAFT MESTERFOKON 88.; a 2024. jan. 6. - A LEGŐRÜLTEBB MÉZESKALÁCS KIHÍVÁSOK! 5. és a 2024. febr. 24. - VÉGTELEN KŐ ÉS FA! MINECRAFT MESTERFOKON 89. c. videók.

121. Az eljáró versenytanács a kötelezettségvállalási javaslatból a megfelelési és edukációs jellegű intézkedéseket tudta a bírságkiszabás körében figyelembe venni, a lentebb kifejtettek szerint.

VII.6. Jogkövetkezmény

122. A jogsértés Tpvt. 76. §-a (1) bekezdésének f) pontja szerinti megállapításán túlmenően az eljáró versenytanács a Tpvt. 76. §-a (1) bekezdésének k) pontja szerint bírságot látott indokoltnak kiszabni a ViharFlotta Kft. eljárás alá vont vállalkozással szemben a Tpvt. 78. §-ának (1) bekezdése alapján, a bírság összegét a Tpvt. 78. §-a (3) bekezdésének megfelelően meghatározva.
123. Kása Roland esetében az eljáró versenytanács eltekintett a bírság kiszabásától az ügy egyedi körülményeire tekintettel, így különösen amiatt, hogy Kása Roland egyéni vállalkozását nagykorúvá válását követően, rövid ideje, 2022 áprilisában, a vizsgált időszakot megelőző évben kezdte el, a jogsértő magatartás ugyan közvetlenül az ő kommunikációihoz köthető, de az adott üzleti kapcsolatban (a kiskorú videójátékosból rövid ideje vállalkozóvá váló influenszer és a több influenszerrel is együttműködő, 2009. óta működő vállalkozás relációjában) a termékeket ténylegesen gyártó, értékesítő, rendezvényeket szervező ViharFlotta Kft. felelőssége a meghatározóbb, emellett Kása Roland az eljárás során együttműködő magatartást tanúsított és a lentebb értékelt (a határozat rendelkező részének II. pontja szerint előírt, határozat mellékletében található) megfelelési vállalásokban is érdemi részt vállalt.
124. Az eljáró versenytanács jelen ügyben figyelmeztetés alkalmazására nem látott lehetőséget, ugyanis jelen ügyben az eljáró versenytanács az Fttv. 4. § (2) bekezdése szerinti sérülékeny fogyasztói csoportot azonosított.
125. A Tpvt. 78. § (3) bekezdése értelmében a bírság összegét az eset összes körülményeire – így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a jogsértő magatartás ismételt tanúsítására, gyakoriságára – tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a végső üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.
126. A versenyfelügyeleti bírság kiszabásának célja az, hogy a vállalkozásokat visszatartsa a tisztességtelen magatartástól, és egyúttal megteremtse a gazdasági verseny tisztességét. A bírság összegének megállapítása során a GVH ezért szem előtt tartja, hogy a bírság kiszabásának célja az egyedi és általános elrettentés is, így a bírság összegének alkalmasnak kell lennie arra, hogy a vállalkozás számára a jogsértő magatartásért megfelelő büntetést helyezzen kilátásba, ami a jogsértés gazdasági jelentőségét is kifejező szankció alkalmazását teszi szükségessé.
127. A Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének a fogyasztóvédelmi típusú ügyekben kiszabott bírság meghatározásának szempontjairól szóló 12/2017. közleménye (a továbbiakban: Bírságközlemény) részletezi azokat a szempontokat, amelyek alapján az eljáró versenytanács meghatározza – a Tpvt. 78. §-ára tekintettel – az Fttv. és a Tpvt. III. fejezete, illetve valamennyi, az Fttv. eljárási szabályaira visszautaló, ezen szabályokra tekintettel alkalmazandó és a GVH hatáskörébe tartozó – fogyasztók és üzletfelek tisztességes tájékoztatását szabályozó – jogszabályi

rendelkezések megsértése miatt indított ügyekben kiszabott versenyfelügyeleti bírság mértékét.

128. A kiszabandó bírság összegének a meghatározása alapvetően öt, egymást követő lépésben történik. Az eljáró versenytanács először meghatározza a bírság kiinduló összegét, majd az adott ügyben figyelembeveendő, a jogsértés súlyát, hatását enyhítő és súlyosító körülmények mérlegelésével meghatározza a bírság alapösszegét, ezt követően – amennyiben indokolt – az esetleges korrekciós tényezőkre tekintettel megváltoztatja az alapösszeget, majd figyelemmel van a vállalkozások együttműködésére, végül pedig mérlegeli az esetleges fizetési nehézségekre tekintettel alkalmazható könnyítéseket
129. A Bírságközlemény 16. pontja értelmében a bírság összegének megállapítása során a Versenytanács főszabályként a jogsértő kereskedelmi kommunikáció igazolt (nettó) költségéből indul ki. Amennyiben a kommunikációs költség összege nem ad megfelelő viszonyítási alapot, ahogyan az jelen esetben is megállapítható (mivel a kommunikáció Kása Roland önálló tevékenységéből áll, amelyért a ViharFlotta Kft. külön pénzbeli ellenszolgáltatást nem nyújtott), úgy a GVH árbevétel alapú bírságolási módszert alkalmaz. A GVH a jogsértő kereskedelmi gyakorlat révén realizált nettó árbevételtekinteti a bírság kiinduló összegének, ha az egyértelműen beazonosítható (például mert a kereskedelmi gyakorlat lényegében a jogsértő kommunikációra épült). Ennek hiányában a GVH a jogsértéssel érintett árukból a jogsértés időszaka alatt realizált nettó árbevétel 10%-át veszi figyelembe a bírság kiinduló összegeként (Bírságközlemény 19-20. pontok). Jelen esetben a jogsértéssel érintett árukból a jogsértés időszaka alatt realizált nettó árbevétel összesen a ViharFlotta Kft. esetében [üzleti titok] Ft volt, ennek a 10%-a, [üzleti titok] Ft, ezt vette az eljáró versenytanács a bírság kiinduló összegeként figyelembe.
130. A kiinduló összeg fentiek szerinti meghatározását követően kerül sor az alapösszeg kiszámítására, amely a jogsértés súlyát, hatását és a vállalkozás jogsértéshez való viszonyulását kifejező súlyosító és enyhítő körülmények figyelembevételére ad lehetőséget. Ennek keretében értékeli az eljáró versenytanács különösen a Tpv. 78. § (3) bekezdésében példálózó módon felsorolt szempontokat. A súlyosító és enyhítő körülmények egyes kategóriáihoz az eljáró versenytanács súlyt is rendel, megjelölve, hogy az adott szempontot kis, közepes vagy kiemelt mértékűnek (jelentőségűnek) tartja az érintett ügyben, az érintett magatartás és az érintett eljárás alá vont vállalkozás vonatkozásában.
131. Az eljáró versenytanács súlyosító körülményként vette figyelembe, hogy a magatartás sérülékeny fogyasztói kört célzott (lásd Bírságközlemény 27. pontja, kiemelt súllyal).
132. Az eljáró versenytanács enyhítő körülményként vette figyelembe, hogy az eljárás alá vontak
- az eljárás hatására módosították a kereskedelmi gyakorlatot és együttműködő magatartást tanúsítottak (Bírságközlemény 45-46. pont, kiemelt súllyal);
 - a vizsgált jogsértő kommunikációk aránya alacsony a teljes tartalomhoz képest (Bírságközlemény 49 pont, kiemelt súllyal).
133. A súlyosító és enyhítő körülmények figyelembe vételével kalkulált bírság alapösszege a kiinduló összegnél kb. 25%-kal alacsonyabb, lefelé kerekítve 2.630.000 Ft.
134. Az alapösszeg kiszámítását követően kerülhet sor a jogsértés esetleges ismétlődésének, a jogsértéssel elért előnynek, az elrettentő hatásnak és a bírság jogszabályi maximumának figyelembe vételére. Az eljárás alá vontakkal szemben a Versenytanács korábban nem állapított meg fogyasztóvédelmi jellegű ügyben jogsértést, a jogsértéssel elért előny miatti korrekció nem indokolt és az eljáró versenytanács az elrettentés miatti korrekciót sem látja jelen esetben indokoltnak.

135. A Bírágközlemény V.4. pontja szerint a bírság megállapításának utolsó lépéseként tekintettel kell lenni a Tpvt. (illetve a 184/2024. (VII. 8.) Korm. rendelet) által meghatározott felső határra, amely szerint a kiszabott bírság összege nem haladhatja meg a jogsértő vállalkozás, illetve, ha az egy vállalkozáscsoport tagja, a vállalkozás határozatban azonosított vállalkozáscsoportja által a határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének a 15%-át. Jelen esetben a bírság fenti összege alacsonyabb mint a kiszabható bírság maximuma.
136. Az eljáró versenytanács az eljárás alá vontak megfelelési és edukációs intézkedésekre vonatkozó, határozat melléklete szerinti vállalásait a bírság kiszabása körében vette figyelembe. Ezek a megfelelési vállalások elősegíthetik, hogy Kása Roland és a ViharFlotta Kft.-vel együttműködő véleményvezérek a jövőben ne kövessenek el a jelen eljárásban jogsértőnek minősített magatartáshoz hasonló magatartásokat, illetve az ezen a körön kívül eső, de hasonló célcsoportnak tartalmat gyártó véleményvezérek jogszerű működését is ösztönözhetik. Az eljáró versenytanács ezért a Bírágközlemény 83. pontja alapján 20%-os bírságcsökkentő tényezőként figyelembe vette az eljárás alá vontak által felajánlott megfelelési vállalást és azt a Tpvt. 78. §-a (3) bekezdése szerinti mérlegelés során bírságcsökkentő tényezőként figyelembe vehető eljárást segítő együttműködő magatartásként, illetve arra tekintettel a Tpvt. 76. §-a (1) bekezdésének i) pontja szerint előírta.
137. Az eljárás alá vont vállalkozások az eljárás versenytanácsi szakaszában feltétel nélkül elismerték a jogsértést és lemondtak a jogorvoslati jogukról. Az eljáró versenytanács a jogsértés elismerését a maximálisan adható 30% helyett 25%-os bírságcsökkentő tényezőként vette figyelembe mivel arra az eljárás legvégső szakaszában került sor, így az ehhez kapcsolódó hatósági idő- és erőforrás-megtakarítás már mérsékeltebb volt. A jogorvoslatról való önkéntes lemondás jelen ügyben a beismeréshez képest további hozzáadott értéket képviselt az eljárás szempontjából, mivel felgyorsította a döntéshozatalt és az esetleges bírósági szakaszt (annak idő- és erőforrás-igényét) tesz elkerülhetővé. Mindezen egyéb együttműködésnek minősülő körülményeket az eljáró versenytanács a Bírágközlemény 88. pontjának megfelelően további jelentős mértékű (együttesen 45%-os) bírságcsökkentéssel értékelte, ennek eredményeképpen a bírság összege, lefelé kerekítve 920.000,-Ft-ra csökkent.
138. A ViharFlotta Kft. esetében az eljáró versenytanács úgy értékelte, hogy az előadott indokok és dokumentumok alátámasztják a részletfizetési kérelem megalapozottságát és a kért futamidő hosszát, így számára az eljáró versenytanács a bírság megfizetésének 12 havi – a kerekítés miatt 11 azonos és 1 ezektől nem jelentős mértékben eltérő – részletben történő megfizetését írta elő, a Tpvt. 62/C. § (1) bekezdése alapján.

VIII.

Egyéb eljárási kérdések

139. Az eljáró versenytanács felhívja a figyelmet, hogy amennyiben az eljárás alá vont vállalkozások (határidőben) nem hajtják végre az előírt intézkedéseket vagy nem igazolják azokat, akkor a Gazdasági Versenyhivatal a rendelkezésére álló információk alapján utóvizsgálatot indíthat vagy elrendelheti a végrehajtást.

140. A Tpv. 77. § (1) bekezdés d) pontja alapján a GVH utóvizsgálat keretében hivatalból ellenőrzi az eljáró versenytanács végrehajtható határozatában előírt, meghatározott cselekmény elvégzésére, meghatározott magatartás tanúsítására vagy attól való tartózkodásra vonatkozó kötelezettség teljesítését, ha az a rendelkezésre álló adatokból nem állapítható meg.
141. A Tpv. XII/A. fejezete rendelkezik a Gazdasági Versenyhivatal döntésének végrehajtásáról. A Tpv. 84/A. § alapján a végrehajtásra a fejezetben nem szabályozott kérdésekben az Ákr. rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni, azzal, hogy a végrehajtást a vizsgáló rendeli el.
142. A Tpv. 84/C. §-a értelmében, ha a kötelezett pénzfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget, illetve az állam által előlegezett költség után a megelőlegezés időtartamára az adózás rendjéről szóló törvény szerinti késedelmi pótlékkal azonos módon számított mértékű késedelmi pótlékot fizet.
143. Az Ákr. 133. §-a értelmében a végrehajtást – ha törvény vagy kormányrendelet másként nem rendelkezik – a döntést hozó hatóság, másodfokú döntés esetén pedig az elsőfokú hatóság rendeli el. Az Ákr. 134. §-a értelmében a végrehajtást – ha törvény, kormányrendelet vagy önkormányzati hatósági ügyben helyi önkormányzat rendelete másként nem rendelkezik – az állami adóhatóság fogatosítja.
144. 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.
145. A közigazgatási perrendtartásról szóló 2017. évi I. törvény (a továbbiakban: Kp.) 29. § (1) bekezdése az elektronikus kapcsolattartásra a polgári perrendtartás szabályait rendeli megfelelően alkalmazni. A polgári perrendtartásról szóló 2016. évi CXXX. törvény 608. § (1) bekezdése szerint a digitális államról és a digitális szolgáltatások nyújtásának egyes szabályairól szóló 2023. évi CIII. törvény (a továbbiakban: Dáptv.) alapján elektronikus úton történő kapcsolattartásra kötelezett minden beadványt kizárólag elektronikusan – a Dáptv.-ben és végrehajtási rendeleteiben meghatározott módon – nyújthat be a bírósághoz.
146. A Dáptv. 19. § (1) bekezdése alapján elektronikus ügyintézésre köteles az államigazgatási szerv feladat- és hatáskörébe tartozó ügyben ügyfélként eljáró gazdálkodó szervezet és az ügyfél jogi képviselője.
147. A Dáptv. 19. § (5) bekezdése szerint, ha jogszabály egy nyilatkozat megtétele vonatkozásában az elektronikus kapcsolattartást – vagy az elektronikus kapcsolattartás módját – kötelezővé teszi, az e követelménynek meg nem felelő nyilatkozat – törvényben vagy kormányrendeletben meghatározott esetek kivételével – érvénytelen.
148. A Kp. 39. § (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.

149. Az illetékekről szóló 1990. évi XCIII. törvény (a továbbiakban: Itv.) 37. § (1) bekezdése szerint a bírósági eljárásért az Itv.-ben megállapított illetéket kell fizetni.

150. 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.

151. 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, 2025. május 14.

dr. Dudra Attila
előadó versenytanács tag

dr. Kőhalmi Attila
versenytanács tag

dr. Gál Gábor
versenytanács tag

Melléklet:

Az eljárás alá vont vállalkozások bírságsökkentési célú együttműködési vállalásai

A szerződéses konstrukció és az üzleti működés felülvizsgálatával kapcsolatos vállalások

- 1. A ViharFlotta Kft. vállalja, hogy a Kása Rolanddal megkötött szerződést jogi szakértő bevonásával felülvizsgálja, módosítja és megfelelteti a jogszabályi és a GVH általi elvárásoknak, a kötelezettséget előíró határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül. A Tájékoztatót már a szerződéshez kívánja csatolni. A vállalkozás a szerződéses konstrukció felülvizsgálatát követően a többi videóssal is módosítani kívánja szerződéseit. Vállalja továbbá, hogy a felülvizsgált és módosított, Kása Rolanddal megkötött szerződés másolatát megküldi a GVH részére a kötelezettséget előíró határozat kézhezvételétől számított 45 napon belül.*
- 2. A ViharFlotta Kft. vállalja edukációs célú workshop szervezését a videós csapata részére – így Kása Roland részére is –, ahol jogi szakértő bevonásával ismertetésre kerülnek a reklámozással kapcsolatos jogi elvárások, a Tájékoztató és külön kiemelve az Fttv. mellékletének 11. pontja, mint feketelistás tényállás és a gyerekeknek szóló reklámozás szabályai is. Mindezt a kötelezettséget előíró határozat kézhezvételétől számított 45 napon belül teljesíti. A workshop megtartásáról a bevont jogi szakértő teljesítés-igazolásának másolati példányát a jelenléti ív csatolásával megküldi a workshop megtartását követő 15 napon belül a GVH részére.*
- 3. Kása Roland vállalja, hogy a szerződés felülvizsgálatában, módosításában a vállalkozással együttműködik. Vállalja továbbá, hogy az edukációs célú workshop-on részt vesz és a workshop-on maga is felhívja a videós csapat tagjainak a figyelmét a szabályok betartására és a (versenyfelügyeleti eljárással kapcsolatos) tapasztalataira.*
- 4. Az eljárás alá vont vállalkozások az általuk vállalt – és a GVH által kötelezettségként előírt – intézkedéseket nemcsak bevezetik a működésükbe, de a jövőben is működtetik (szerződéseik időszakos felülvizsgálatával, edukációs workshop biztosításával a videós csapat részére) annak érdekében, hogy együttműködésük minden jogszabályi előírásnak megfeleljen.*

Edukációs célú vállalások

- 5. Kása Roland edukációs videóban vállalja megszólítani a fiatal influenzszereket, fogyasztókat, amiben megosztja a versenyfelügyeleti eljárással kapcsolatos tapasztalatait, felhívja a jogszerű reklámozás szabályaira a figyelmet, a kötelezettséget előíró határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül. Vállalja, hogy a videó tartalmát és hosszát jogi szakértővel előzetesen egyezteti. A videófeltöltés tényét írásban igazolja a videó feltöltését követő 15 napon belül a GVH részére.*
- 6. Az eljárás alá vont vállalkozások vállalják továbbá, hogy részt vesznek az IAB Hungary Influencer Munkacsoportjának a kötelezettséget előíró határozat kézhezvétele utáni első tematikus munkacsoportos ülésén, ahol az eljárás alá vont vállalkozások olyan magatartási mintát kívánnak megosztani a piaci szereplőkkel, amely iránymutatást adhat az influenzszer marketingben tevékenységet folytatók számára. A munkacsoportos ülés befejezésétől számított 15 napon az IAB Hungary ügyvezetőjének írásbeli igazolását a munkacsoportos ülésen való részvételről megküldi a GVH részére.*