



Gazdasági Versenyhivatal
1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

Elnök

Dr. Juhász Miklós részére

Versenytanács elnöke

Dr. Tóth András részére

Tárgy: a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének .../2017. közleménye a fogyasztóvédelmi típusú ügyekben kiszabott bírság meghatározásának szempontjairól

Tisztelt Elnök Urak!

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének .../2017. közleménye a fogyasztóvédelmi típusú ügyekben kiszabott bírság meghatározásának szempontjairól szóló közlemény-előterjesztéssel kapcsolatban a Magyar Lapkiadók Egyesülete (a továbbiakban: MLE, székhely: 1016 Budapest, Mészáros utca 4-6., telefon: +3612125025, e-mail: fotitkar@mle.org.hu) az alábbi észrevételeket terjeszti elő.

1. Az MLE bemutatása

Az MLE az írott sajtót képviselő vállalkozások közös gazdasági érdekeit egyezteteti és képviseli a kormány, a politikai intézmények, a pártok, és a gazdálkodó üzletfelek felé. Célja az írott sajtó előnyeinek markáns képviselete médiapiac minden szereplője irányában, az egyesület tagjainak hazai és nemzetközi tapasztalatainak felhasználásával. Szorgalmazza a korrekt üzleti magatartás elterjedését, népszerűsíti az élenjáró üzleti megoldásokat, erősíti az etikus magatartást mind a kiadói, mind az újságírói szférában, fejleszti, erősíti a lapkiadói iparág tekintélyét.

A munkáltató, tulajdonosi érdekek védelmében együttműködik minden olyan szervezettel, amelyik a lapkiadáshoz kapcsolódik. A lapkiadói érdekek érvényesítését biztosító jogszabályok kiadását kezdeményezi. Véleményezi a szakmára vonatkozó jogszabályok tervezetét.

Kialakítja a szakmára vonatkozó állásfoglalásokat és javaslatokat. A szakmára vonatkozó állásfoglalások és javaslatok kialakítása mellett, a Közgyűlés állásfoglalásának megfelelően, az Elnökség előterjesztése alapján elfogadja a nyomtatott és online sajtótermékekre, valamint e körben a médiatartalom-szolgáltatóra vonatkozó önszabályozási modell alapelveit a társszabályozási modell alapelveit, illetve a kapcsolódó szerződést.

2. Észrevételek a javaslattal kapcsolatban

A Közlemény nem minősül jogszabálynak, az a bíróságokat nem köti, sőt akár a Versenytanács is eltérhet az abban foglaltaktól. A Legfelsőbb Bíróság ugyanakkor egy ítéletében kimondta, hogy mivel a Közlemény kiadására a jogalkalmazás kiszámíthatóságának növelése érdekében, jogszabályi felhatalmazás alapján került sor, az abban foglalt alapelvekhez a Versenytanács az egyes döntéseknél igazodni köteles, ezért a kiszabott bírság összegét a bíróság sem bírálhatja felül, kizárólag a döntés jogszerűségét vizsgálhatja.

Álláspontunk szerint a fentiek okán a Versenytanács döntéseit megalapozó Közleményeknek meg kell felelniük az Alkotmánybíróság által a hasonló esetekben megkövetelt „normavilágosság” elvének.

A IV.1.3 fejezet (Kereskedelmi gyakorlat intenzitása) 35. pontja foglalkozik a jogsértés huzamosságának a kérdésével, kiemelten is kommunikáció időbeli hatásával, mint súlyosbító tényezővel.

Álláspontunk szerint az itt rögzítettek kifejezetten, csak és kizárólag a print médiumokra vonatkozhatnak, nincsenek figyelemmel a média megjelenési formákban az elmúlt években bekövetkezett változásokra (online megjelenés, digitális lapszámok, mobil platformra optimalizált változat stb.) Erre a tényre utal az is, hogy lábjegyzetben szereplő bírósági határozatok meghozatalának időpontjában (2002, 2003, 2004, 2005) kizárólag a nyomtatott sajtóra vonatkozó döntések születtek, így azok ebben az új médiavilágban már nem képezhetnek hivatkozási alapot.

Részletesen kifejtve a 35. pontban súlyosbító tényezőként megjelölt tényállítások

- nem adnak lehetőséget a platformonkénti mérlegesre,
- még a nyomtatott megjelenés esetében sem veszik figyelembe azt a köztudomású tény, hogy a reklámok élettartama nem azonos a periodikák élettartamával (lásd különös ajánlatok, rövid futamidejű reklámok, akciók stb.),
- a digitális lapszámoknak replikának kell lennie, és az élettartamuk messze túlmutat a lapszám időtartamán,
- sokáig, akár hosszú hónapokig is árulják őket, különösen egy-egy különszám esetében, holott a hirdetési megállapodások árképzésének nem része ez a megjelenés, ha ezt is kalkulálni kell az árképzésben, az amúgy is nehezen éledő digitális lappiacot teljesen tönkre teheti,

- az olyan digitális magazinok, amelyek táblagépen olvashatóak, interaktívak, és nem statikus bennük a hirdetési zóna, hanem annak befűzése dinamikusan változik. Ilyen helyen jellemzően kattintás alapon történik az értékesítés, azaz semmi köze a hirdetés megjelenítésének a lapszám időtartamához, utólag nem is állapítható meg, hogy mennyi ideig volt kint a hirdetés mert, ha elegen nyitották meg az adott lapszámot, akkor a hirdetés már automatikusan cserélődik.

Mindezekre tekintettel kérjük a Tisztelt Elnök urat és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnöként, hogy észrevételeinket javaslatainkat figyelembe venni szíveskedjenek. Bízunk benne, hogy észrevételeinket konstruktívnak tekintik és ezek fényében újabb egyeztetésekre kerül sor. Amennyiben kérdésük vagy észrevételük merülne fel, természetesen tisztelettel állunk az Önök rendelkezésére.

Budapest, 2017. szeptember 29.

Üdvözlettel,

Kovács Tibor sk.

elnök

Havas Katalin sk.

főtitkár