

Szerkesztői tartalomba burkolt reklám miatt büntetett a GVH

A Gazdasági Versenyhivatal megállapította, hogy a Phytotec Hungária Bt. és az Axel Springer Kft. 2009 júniusa és novembere között tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor szerkesztői tartalomnak álcázott reklámokat tett közzé. A versenyhivatal ezért a cégeket 1-1 millió Ft bírság megfizetésére kötelezte.

A Phytotec Hungária Bt. által forgalmazott Iberogast elnevezésű termék reklámja 2009 júniusa és novembere között 10 alkalommal jelent meg az Axel Springer Kft. által kiadott lapokban (Kiskegyed, Kiskegyed konyhája, Hölgyvilág, Fanny) oly módon, hogy a lap adott oldalának 1/3-án a fogyasztók által is felismerhetően a termék reklámja, míg az oldal 2/3-án a különböző gyomorpanaszokkal foglalkozó, formálisan szerkesztői tartalomnak tűnő, „Amikor a gyomor fellázad” című cikk volt olvasható. A cikk elhelyezéséből nem derülhetett ki egyértelműen az olvasó számára, hogy itt nem egy objektív tájékoztatásról van szó.

A cikk végén található, a fogyasztók számára nem egyértelmű jelzés alapján kiderül, hogy fizetett közleményről van szó, de ez az információ csak az impresszumból válik érthetővé, tehát ha csak az olvasó nem lapoz az újság végére, hogy értelmezze a jelzést, nem tudhatja, hogy fizetett hirdetést lát.

Amennyiben egy újságban jelenik meg egy reklám, az olvasó különbséget tesz reklám és reklámnak nem minősülő tartalom között. A reklámok egyértelmű célja a termék iránti érdeklődés, kereslet felkeltése, ezzel szemben a szerkesztői tartalom elsődleges célja a fogyasztói ismeretek, tapasztalatok szerint a tájékoztatás, a szórakoztatás, a nevelés, a vélemény kifejezés.

Ebben az esetben egy olyan egységesnek tekinthető kereskedelmi gyakorlat valósult meg, amelynek egy része a fogyasztók számára is felismerhető reklámból, másik része szerkesztői tartalomnak álcázott cikkből állt.

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat elsősorban olyan fogyasztók magatartásának a befolyásolására volt alkalmas, akik valamilyen, a reklámokban szereplő gyomorproblémában érintettek, ezért a potenciális fogyasztók az átlagosnál sérülékenyebb fogyasztói csoportot alkotnak. A fogyasztók fokozottabb kiszolgáltatottsága miatt ezen a területen különös jelentősége van az előírásoknak megfelelő kereskedelmi kommunikációnak.

Az ügy hivatali nyilvántartási száma: **Vj- 51/2010.**

Budapest, 2010. december 7.

Gazdasági Versenyhivatal
Kommunikációs Csoport

További információ:
Gondolovics Katalin
Gazdasági Versenyhivatal
cím: 1054 Budapest, V. ker. Alkotmány u.5.
levél: 1245 Budapest, 5. Pf. 1036
tel: (+36-1) 472-8902
email: sajto@gvh.hu
<http://www.gvh.hu>