

#Zűrzavar – Európa-szerte jókora káosz van az influenzszerek reklámozásában

A GVH 28 magyar véleményvezér posztjait vizsgálta és van tere a fejlődésnek

Budapest, 2024. február 14. – A Gazdasági Versenyhivatal is részt vett az Európai Bizottság és a tagállami hatóságok Fogyasztóvédelmi Együttműködési Hálózatának (CPC) közös vizsgálatában, mely az influenzszerek marketingtevékenységét tekintette át. Az összehangolt vizsgálat (ún. sweep) tapasztalatai alapján akadnak bőven hiányosságok ezen a területen. Az Európai Bizottság és a CPC arra hívja fel a véleményvezérek figyelmét, hogy a jogszabályoknak megfelelően tegyék közzé reklámjaikat, ne keltsenek hamis benyomást a fogyasztókban.

Az Európai Bizottság és 22 uniós tagállam, valamint Norvégia és Izland nemzeti fogyasztóvédelmi hatóságai közös akciójuk során összesen 576 influenzszer marketingtevékenységét vizsgálták abból a szempontból, hogy a véleményvezérek megfelelően jelölik-e az olyan tartalmakat, amelyekért valamilyen ellenszolgáltatásban részesülnek. A munkát koordináló [Európai Bizottság most közzétette összefoglalóját](#) a vizsgálat eredményeiről.

Kiderült, hogy az ellenőrzött 576 influenzszer 97%-a tett közzé kereskedelmi tartalmú posztokat, de csak 20% jelezte ezt szisztematikusan; 38% ugyanakkor egyáltalán nem használta a kereskedelmi tartalomra utaló megjelöléseket, pl. az Instagramon a „fizetett partnerség” jelölést. A vizsgált véleményvezérek egy része eltérő megfogalmazásokat választott, mint például „együttműködés” (16%), vagy „partnerség” (15%). Elenyésző volt azoknak az influenzszereknek a száma, akik a vonatkozó jogszabályoknak megfelelően, vagyis a fogyasztók számára egyértelműen és azonosítható módon jelezték, hogy a különböző formátumú bejegyzésüket ellenszolgáltatás fejében tették közzé.

A Gazdasági Versenyhivatal a közös vizsgálat keretében – nem versenyfelügyeleti eljárásban – 28 magyar véleményvezért vizsgált a különböző közösségi platformokon (Instagram, Youtube, Facebook, TikTok), akik többféle témában (életmód, szépség, divat, étkezés, játékok) tettek közzé tartalmakat. A vizsgált influenzszerek döntő többsége több százezer követővel rendelkezik az egyes közösségi platformokon, de volt köztük öt olyan véleményvezér is, akiknek a követőbázisa az egymilliót is meghaladja. A GVH feltárta, hogy mindössze az influenzszerek 20%-a tartja be minden esetben a reklámjelleg feltüntetésére vonatkozó szabályokat, a többség (54%) általában jelzi a promóciós tartalom tényét, de nem mindig (többnyire az influenzszer személyéhez valamilyen módon köthető termékek esetében marad el a reklámozás tényének feltüntetése). A véleményvezérek negyede soha, vagy csak ritkán teszi ki a kötelező tájékoztatást – tárta fel a GVH.

A vizsgált tartalmak fizetett jellegének feltüntetési módjában is tapasztalt hiányosságokat a GVH. Az eseteknek csupán harmadában volt megfelelően feltüntetve a tájékoztatás (pl.: #reklam vagy „szponzorált tartalom”). A vizsgált bejegyzések kétharmadánál csak tovább kattintás után, vagy nem a szöveg elején, a szövegbe beolvadó módon, bizonyos esetekben nem a közzé tett videó teljes hosszában volt látható a reklámjellegre utaló információ.

A GVH az elmúlt években kiemelt figyelmet fordított arra, hogy naprakész gyakorlati tanácsokkal segítse a piaci szereplőket jogkövető magatartásuk kialakításában. Ezért [2022 végén frissítette az influenzszer marketing tájékoztatóját](#), amely gyakorlat-központúan, pozitív és negatív példák szemléltetésével mutatja be, miként lehet jogszerűen eleget tenni a fogyasztók tájékoztatását biztosító elvárásoknak, például egy kizárólag írásos szöveget tartalmazó, vagy épp egy videósposzt esetében.

A [GVH Podcast csatornáján](#) elérhető [beszélgetésben](#) is hasznos tanácsokat kapnak a vállalkozások és véleményvezérek hogyan tudnak jogszerűen reklámozni a közösségi média felületeken. A beszélgetésben szó esik az influencerszerek reklámtevékenységével kapcsolatban lefolytatott versenyfelügyeleti eljárások tapasztalatairól és a felelősségi kérdésekről, valamint szóba kerülnek azok a speciális ágazatok is, ahol egyáltalán nem megengedett az influencerszer reklámozás.

GVH Közzolgálati kommunikációs Iroda

További információ:

Horváth Bálint, kommunikációs vezető +36 20 238 6939

Gondolovics Katalin, sajtósóvivő +36 30 603 1170