

A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) az alábbi kérdéseivel kapcsolatban:

A közösségimédiás reklámok/termékelhelyezés témakörében szeretnék segítséget kérni.

Több szülő írt nekünk levelet arról, hogy a Youtube-on 4 éve nézhető, Középsuli című, tiniknek szánt websorozat epizódjaiban a szereplők többször is a sztori részeként reklámoznak egy Bongo nevű, sms-tudakozó szolgáltatást.

Sem az epizódok Youtube-oldalán, sem pedig magukban a videókban nem tüntették fel, hogy azokban termékelhelyezés vagy reklám szerepelne.

Hogy teljesen világos legyen, mire gondolok, példának itt van ez az epizód:

<https://www.youtube.com/watch?v=uQJVLj7hp6k&feature=youtu.be&t=916&fbclid=IwAR2YwgbV0fcyHS1e3NOn9v7TjNV5RK4iq7CXwMNYS2jd23A4UwIj6Xo3yA8>

Azon belül ez a jelenet:

<https://streamable.com/nrte4>

Arról lapunk is tett be már több hírt, hogy a Versenyhivatal a magyar instagramos influencereket pár büntetés kiszabásával rászorította, hogy tageléssel egyértelműen jelezzék a reklámposztokat.

Azt szeretném kérdezni, hogy

milyen szabályozás érvényes az ilyen, Youtube-on publikált netes videótartalmakra?

Ha egyáltalán, hogyan kellene jelezniük egy ilyen reklámot?

Legális egyáltalán ebben a formában reklámozni?

Érkezett valaha Önökhöz panasz-bejelentés a Középsulival kapcsolatban?

a következő válaszokat adja:

milyen szabályozás érvényes az ilyen, Youtube-on publikált netes videótartalmakra?

A Youtube-on publikált netes videótartalmakra is vonatkozik a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény, vagyis a videótartalomban való megjelenítés kereskedelmi gyakorlatnak minősülhet. A kereskedelmi gyakorlat jogszabályi fogalma magában foglal minden, az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartást, s így minden olyan információközlést is, amely közvetlen összefüggésben van egy vállalkozás önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével.

Kiemelnénk, hogy nem minden megtévesztő kereskedelmi gyakorlat tartozik a GVH hatáskörébe. A fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló törvény alapján a GVH kizárólag a versenyt érdemben érintő kereskedelmi gyakorlatok esetén járhat el, az egyéb esetek pedig főszabály szerint a fogyasztóvédelmi hatóságra tartoznak. A verseny érdemi érintettségét általában a kifogásolt kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, illetve

az érintett vállalkozás mérete (nettó árbevételének nagysága) határozza meg; bizonyos esetekben pedig az érdemi érintettséget a törvény vélelmezi (pl. ha a kereskedelmi gyakorlat országos médiaszolgáltatást végző médiaszolgáltatón, vagy országos terjesztésű lapban valósul meg).

Ha egyáltalán, hogyan kellene jelezniük egy ilyen reklámot?

A GVH a sokféle különböző médiafelület eltérő jellemzői miatt nem rögzíthet konkrét jelzési módszert, hiszen például más jelzési módok lehetnek megfelelőek a főként képi elemeket, rövid szöveges tartalmak és címkézést (# jelet) használó közösségi média felületen (pl. Instagram), mint azokon a platformokon, ahol főként szöveges tartalmak jellemzőek (pl. Facebook). A GVH a honlapján útmutatót tett közzé #GVH#Megfeleles#Velemenyvezer címmel, melyben az egyes online tartalmakat, posztokat közzétevők számára kíván segítséget nyújtani az ezen kommunikációs módokat használók számára.

Az útmutatóban is leírtak szerint, a reklám jelzésével kapcsolatban általánosan elvárható, hogy a reklám közzétevőjének

- a fennálló üzleti kapcsolattal, közvetlen gazdasági érdekeltiséggel összefüggésben jól észlelhetően és hangsúlyosan, szembetűnően és egyszerűen, egyértelműen és közérthetően szükséges feltüntetnie, hogy a közzétett tartalom fizetett, támogatott tartalom és/vagy annak közzétételéért ellenszolgáltatásban részesült;
- a hirdetővel szemben fennálló bármilyen jellegű üzleti kapcsolata, együttműködési formája legyen egyértelműen, átláthatóan és pontosan azonosítható;
- valós, tisztességes, hiteles képet kell közvetítenie a termékről vagy szolgáltatásról.

Legális egyáltalán ebben a formában reklámozni?

A termékmegjelenítés általánosságban véve nem tiltott.

A médiatörvény (2010. évi CLXXXV. tv. a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról) a hatálya alá tartozó, sajtóterméknek minősülő médiatartalom-szolgáltatók, valamint a rádiók és televíziók esetében bizonyos műsorszámokban tiltja a termékmegjelenítést; ilyenek például a kifejezetten tizennégy év alatti kiskorúaknak szóló műsorszámok. Ezen szabályok betartása nem a GVH, hanem a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (NMHH) hatáskörébe tartozik.

Érkezett valaha Önökhöz panasz-bejelentés a Középsulival kapcsolatban?

A GVH-hoz még nem érkezett panasz a websorozattal kapcsolatban.

A levélben leírtak megalapozhatják a GVH versenyfelügyeleti eljárását, ezért megvizsgáljuk a jelzett kereskedelmi gyakorlatot.

Budapest, 2020. január 20.

Gazdasági Versenyhivatal