



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

A TV2-n sugárzott „Született feleségek” c. sorozatra vonatkozó valótlan állítása miatt marasztalta el a GVH az MTM-SBS Televíziót

- for a short summary in English see below -

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a 2006. április 4-én megtartott tárgyalásán hozott határozatában megállapította, hogy az MTM-SBS Televízió Rt. a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított, amikor 2005 októberében és novemberében reklámjaiban azt állította, hogy a „Született feleségek” című, a TV2 televíziós csatornán vetített sorozat „2005 legnézettebb sorozata.” A GVH Versenytanácsa a vállalkozást jogsértő magatartásáért 40 millió forint versenyfelügyeleti bírság megfizetésére kötelezte.

Jelen versenyfelügyeleti eljárás tárgyát az MTM-SBS Televízió Rt. (a továbbiakban: MTM-SBS Televízió) által a TV2 televíziós csatornán, a nyomtatott sajtóban, óriásplakátokon, citylight hirdetőkön, valamint az interneten közzétett reklámjai képezték, amelyek közül egyesekben a vállalkozás azt állította, hogy a „Született feleségek” című televíziós sorozat „2005 legnézettebb sorozata.”

Az MTM-SBS Televízió által működtetett televíziós csatorna és más kereskedelmi televíziók bevételei elsősorban az általuk értékesített reklámidőben sugárzott reklámokból származnak, s a televíziós csatorna, illetve az adott műsor nézettsége befolyással bír a reklámidő iránti keresletre. Ebből fakadóan a nézők televíziós műsorok közötti választásának befolyásolása a reklámozók döntésére gyakorolt hatása miatt versenyjogi jelentőséggel bír, hiszen a nézők választása ez utóbbi körben tényleges piaci hatást fejt ki.

A versenyfelügyeleti eljárás során megállapításra került, hogy az MTM-SBS Televízió által a „Született feleségek” című televíziós műsorral kapcsolatban alkalmazott „2005 legnézettebb sorozata” szlogen reklámokban történő alkalmazására már a sorozat első részének levetítését megelőzően sor került. Ebben az időszakban (2005. október 26. előtt) a sorozatot még nem sugározták, így a szlogent a fogyasztók többféleképpen értelmezheték, ugyanakkor a GVH Versenytanácsa a versenyjogi értékelés során elegendőnek találta az MTM-SBS Televízió által a szlogennek tulajdonított (legsúlyosabb értelemben vett) üzenet valóságtartalmát megvizsgálni. A vállalkozás szerint a szlogen a világ teljes népességére vetítve állította azt, hogy a sorozat a 2005. év legnézettebb sorozata.

A fogyasztókhöz eljuttatott információk valóságtartalmát minden esetben a közreadójának – már akár a közzététel időpontjában – kell igazolnia. Jelen eljárásban a szlogen által közvetített állítás valóságnak való megfelelését a MTM-SBS Televízióknak kellett volna bizonyítania, azonban az általa szolgáltatott adatok nem támasztották alá, hogy 2005-ben a világon nem volt olyan televíziós sorozat, amelyet többen néztek volna.

A TV2 televíziós csatorna 2005. október 26-án kezdte el vetíteni a „Született feleségek” című televíziós sorozatot, s a reklámokban ezt követően is alkalmazásra került a „2005 legnézettebb sorozata” szlogen. Ebben az időszakban a fogyasztók számára a szlogen már azt az üzenetet is közvetítette, hogy ez az a sorozat, amely a Magyarországon sugárzott

sorozatok közül a legtöbb nézőt vonzza, ez a legnézettebb. Az MTM-SBS Televízió azonban ezt szintén nem bizonyította, illetve a nézettségi adatok szerint az állítás nem is felelt meg a valóságnak.

A GVH Versenytanácsa rámutatott, az MTM-SBS Televízió által közzétett reklámok közvetlenül a nézők felé irányultak, ugyanakkor a versenyre gyakorolt hatása ténylegesen a másik fogyasztói kör, a televízióban reklámozni kívánók vonatkozásában jelentkezett, s alkalmas volt arra, hogy az MTM-SBS Televízió a televíziós reklámok piacán a nézők irányában kifejtett megtévesztésre alkalmas magatartás tanúsításával előnyhöz jusson a többi televíziós csatornával szemben.

A fentiek alapján a GVH Versenytanácsa az MTM-SBS Televízió Rt.-t jogsértő magatartásáért 40 millió Ft versenyfelületei bírság megfizetésére kötelezte.

A bírság összegének megállapítása során értékelésre került a cég piaci helyzete (az MTM-SBS Televízió a televíziós reklámok piacának egyik meghatározó szereplője), a jogsértő magatartás tanúsításának időtartama, a reklámozási tevékenység kiterjedt volta, s ezzel összefüggésben a jogsértő állítást tartalmazó reklámokkal elért fogyasztók széles köre, valamint a reklámtevékenységgel összefüggésben felmerült költségek.

Az ügy hivatali nyilvántartási száma: Vj-198/2005.

Summary in English: Decision Vj-198/2005 of the Competition Council of the Hungarian Competition Authority: MTM-SBS Televízió Rt.

The Competition Council of the Hungarian Competition Authority (Gazdasági Versenyhivatal – GVH) concluded in its decision issued on 4 April 2006, that MTM-SBS Televízió infringed the provisions on the prohibition of unfair manipulation of consumer choice of the Hungarian Competition Act.

In the competition supervision proceeding it was established that MTM-SBS Televízió published advertisements in which it stated that the TV series „Desperate wives” had the highest rate in terms of popularity (i.e. as far as the number of consumers watching it was concerned). It could, however, not justify these statements and the data analysed in the competition supervision proceeding proved the contrary.

MTM-SBS Televízió was fined HUF 40 million (approx. EUR 154.000) for its unlawful behaviour.

Budapest, 2006. április 4.

Gazdasági Versenyhivatal
Kommunikációs Csoport

További információ:

Baráth Erika

Gazdasági Versenyhivatal
cím: 1054 Budapest, V. ker. Alkotmány u.5.
levél: 1245 Budapest, 5. Pf. 1036
tel: (+36-1) 472-8985
email: Barath.Erika@gvh.hu
<http://www.gvh.hu>