

A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) az alábbi kérdéseivel kapcsolatban, így

- 1. Álláspontjukban írták, hogy "nem minősül független véleménynek vagy semleges tartalomnak az olyan poszt, amelynek közzétételében gazdaságilag is közvetlenül érdekelt a közvétevő, legyen ez az érdekeltiség egy kifizetett összeg, keretszerződés, ajándékba adott termék vagy szolgáltatás, osztalék, jutalék, egyéb bevétel stb.;" Viszont ha egy Youtube-er mindenféle támogatás nélkül beszél egy termékről/márkáról akkor az független véleménynek minősül. Hogy tudják - például az eljárások indításánál - megkülönböztetni a két esetet? A GVH számára miből derül ki hogy valaki háttéralkut kötött egy céggel a szponzoráció érdekében?*
- 2. Ha mondjuk egy magyar Youtuber vagy egy neves blogger alapít egy külföldi céget és ezen keresztül megegyezik egy külföldi céggel a reklámozásról, akkor, ha megszegik a magyar törvényeket, a GVH fel tud lépni?*

az alábbi tájékoztatást adja.

- 1. Álláspontjukban írták, hogy "nem minősül független véleménynek vagy semleges tartalomnak az olyan poszt, amelynek közzétételében gazdaságilag is közvetlenül érdekelt a közvétevő, legyen ez az érdekeltiség egy kifizetett összeg, keretszerződés, ajándékba adott termék vagy szolgáltatás, osztalék, jutalék, egyéb bevétel stb.;" Viszont ha egy Youtube-er mindenféle támogatás nélkül beszél egy termékről/márkáról akkor az független véleménynek minősül. Hogy tudják - például az eljárások indításánál - megkülönböztetni a két esetet? A GVH számára miből derül ki hogy valaki háttéralkut kötött egy céggel a szponzoráció érdekében?**

Kérdése kapcsán először a szponzorációt és a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (Fttv.) szerinti tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokat szükséges megkülönböztetni:

- míg a **szponzorációra** vonatkozó szabályokat a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvény határozza meg és az ezzel kapcsolatos rendelkezések megsértése esetén a fogyasztóvédelmi hatóság jár el;
- addig az **Fttv. szerinti tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok** pl. szerkesztői tartalomnak álcázott reklámok vagy egyéb megtévesztő reklámok tekintetében – a verseny érdemi érintettsége esetén – a GVH rendelkezik hatáskörrel.

Amennyiben a GVH a hatáskörébe tartozó, jogsértés megvalósítását felvető magatartást észlel – akár közösségi média posztok, akár egy Youtuber tevékenysége, illetve egyéb magatartások kapcsán – a versenytörvény és az általános közigazgatási rendtartásról szóló törvény adta lehetőségekkel, **vizsgálati eszközökkel élhet, így például a tényállás teljeskörű feltárása érdekében adatkérésekkel keresheti meg a piaci szereplőket**, melyekre vonatkozóan válaszadási kötelezettségük van.

A GVH az adatkérésekre adott válaszokból tárja fel a tényállást, azaz a kereskedelmi gyakorlat tartalmát, illetve azt, hogy a véleményvezér által közzétett tartalmak reklámnak minősülhetnek-e, valamint a hirdető és a véleményvezér között fennálló

üzleti kapcsolatot, a felelősségre vonatkozó tényeket, az ellenszolgáltatás létét, módját, mértékét.

A GVH álláspontja szerint a közösségi médiában (beleértve a kép- és videomegosztó oldalakon) megjelenő posztok révén megvalósuló magatartások esetében is irányadóak az Fttv. rendelkezései, így többek között az az elvárás is, hogy valamely vállalkozás termékeit, szolgáltatásait, márkanevét népszerűsítő tartalmak, bejegyzések megjelentetése esetén azokból (ideértve azok képi vagy akusztikus elemeit is) a fogyasztók számára egyértelműen ki kell derülnie annak a ténynek, hogy a közlétevé ezért ellenszolgáltatást kapott. Ezen ellenszolgáltatás nem korlátozódik anyagi ellenszolgáltatásra, pénzügyi kifizetésre.

E körülménynek az ismerete szükséges ahhoz, hogy a fogyasztó a valós tényeken alapuló, tájékozott döntést hozhasson.

2. Ha mondjuk egy magyar Youtuber vagy egy neves blogger alapít egy külföldi céget és ezen keresztül megegyezik egy külföldi céggel a reklámozásról, akkor, ha megszegik a magyar törvényeket, a GVH fel tud lépni?

Az Fttv. hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely **Magyarország területén valósul meg, továbbá arra is, amely Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint.** Tehát a GVH egy külföldi cég Magyarországon megvalósuló kereskedelmi gyakorlatával szemben felléphet, ha az alábbi feltételek együttesen fennállnak:

- valószínűsíthető az Fttv. szerinti jogsértés,
- a verseny érdemi érintettsége okán az eljárás lefolytatása a GVH hatáskörébe tartozik.

A verseny érdemi érintettsége esetén a GVH, egyéb esetekben a fogyasztóvédelmi hatóság jár el. A verseny érdemi érintettségét a kifogásolt kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, illetve az érintett vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján határozza meg. Az alábbi esetekben a verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll az adott kereskedelmi gyakorlat esetén:

- ha országos médiaszolgáltatást végző médiaszolgáltatón keresztül valósul meg,
- ha országos terjesztésű időszakos lap vagy legalább három megyében terjesztett napilap útján valósul meg,
- ha a fogyasztók közvetlen megkeresésének módszerével végzett kereskedelmi gyakorlat legalább három megye fogyasztói felé irányul, vagy
- ha az áru eladásának helyén alkalmazott eladásösztönző kereskedelmi gyakorlat legalább három megyében megszervezésre kerül.

A GVH 2016-tól kezdődően jelentős figyelmet fordított a **digitális világban, egyebek mellett a közösségi médiában megjelenő folyamatokra.** Első döntéseit ([Kasza Tibor – Magyar Telekom Nyrt., GoldenEye Kft.](#); [Rubint Réka – Alakreform Kft., Avanzo-Trade Kft.](#); [Dukai Regina – With Love” Szolgáltató Kft., Red Lemon Media Group Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.](#)) is meghozta a **véleményvezérek kommunikációs gyakorlatával összefüggésben.** Ezen

ügyekben a közösségi médiában véleményvezérrel történő reklámozás kapcsán általánosságban megállapította, hogy

- a fogyasztók széles körben követnek a közösségi médiában népszerű, ismert személyeket, véleményvezéreket, bloggereket, vloggereket, youtuber-eket stb. szórakozási és tájékoztató céljal;
- a piaci szereplők, hirdetőik körében egyre népszerűbbek a véleményvezérek, influencer-ek közreműködésével közzétett kereskedelmi gyakorlatok megrendelése, támogatása;
- nem minősül független véleménynek vagy semleges tartalomnak az olyan poszt, amelynek közzétételében közvetlenül gazdaságilag is érdekelt a közzétevő, legyen ez az érdekeltség egy kifizetett összeg, keretszerződés, ajándék termék vagy szolgáltatás, osztalék, jutalék vagy egyéb bevétel stb.;
- a közösségi médiában megjelenő különböző stílusú, formájú és tartalmú posztok között sok esetben úgy jelennek meg fizetett vagy egyéb módon támogatott, nem független tartalmak, hogy egyáltalán nincs utalás arra vagy nem egyértelmű, hogy reklámról van szó.

A GVH úgy ítélte meg, hogy számos versenyfelügyeleti eljárás lenne indítható különböző piacokon, azonban álláspontja szerint ezen eljárásoknál hatékonyabban védheti a közérdeket – legalábbis rövidtávon – egy, a különböző piaci szereplőknek iránymutatást nyújtó kötelezettségvállalással. A GVH figyelembe vette a nemzetközi ajánlásokat, iránymutatásokat is, azonban úgy találta a nyelvi és fogyasztói szokásoknál jelentkező különbségekre is figyelemmel, hogy a jelen ügyben elfogadott kötelezettségvállalással biztosítható iránymutatás eredményes és hatékony jelzés lehet a piaci szereplőknek.

A GVH az első ügye kapcsán közzétette a **#GVH #Megfeleles #Velemenyezer** című útmutatóját, amely a honlapján [itt](#) érhető el.

Budapest, 2018. március 13.

Gazdasági Versenyhivatal