

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

*A HVG számára szeretnék segítséget kérni. Korábbi sajtóhírek szerint a GVH számára gyanús több olyan profil is a közösségi médiumokban, amelynél a gazdasági tevékenységet nem a jogszabályoknak megfelelően folytatják. Konkrétan meg is neveztek „celebeket”, például Kasza Tibort, mondván, a posztjaikban burkolt reklámok vannak.*

- 1. Kérdésem, hogy megerősítik-e a vizsgálatok tényét?*
- 2. Milyen (verseny)jogi szabályozásba ütköznek a kifogásolt posztok?*
- 3. Milyen következménye lehet, ha megállapítják a jogsértést?*
- 4. Kik, mely site-ok, felületek (Facebook, Instagram, YouTube stb.) esetében indítottak eljárást?*
- 5. Hol tartanak a vizsgálatok, vannak-e eredmények?*
- 6. A sajátos felület okán ilyenkor vannak-e be szakértőket, és ha igen, kiket?*

az alábbi tájékoztatást adja.

A GVH észlelte, hogy véleményvezérnek számító személyek közösségi médiában történő megjelenéseik során vélhetően közzé tesznek úgy véleményeket, tartalmakat, hogy nem tüntetik fel azok reklám jellegét.

Ebben az esetben ugyanis felmerül, hogy a véleményvezér nem a saját álláspontját közli, hanem egy olyan véleményt, tartalmat, aminek a megjelentetésében gazdaságilag motivált, például azért, hogy a termék népszerűsítéséért ellenszolgáltatást, juttatást kap. Ez hirdetésnek minősül, amelynek tényét egyértelműen jelezni kell, ellenkező esetben burkolt reklámról beszélünk, amely tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősül.

E gyakorlatot a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok tilalmáról szóló jogszabály, az Fttv. feketelistás tényállásnak minősíti. E szerint tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat az írott vagy elektronikus médiában szerkesztői tartalom használata az áru értékesítésének vagy más módon történő igénybevétele érdekében előmozdítására úgy, hogy ezért a vállalkozás ellenszolgáltatást nyújtott, ez azonban nem tűnik ki egyértelműen a tartalomból vagy a fogyasztó számára egyértelműen felismerhető képi vagy akusztikus elemekből (szerkesztői tartalomnak álcázott reklám).

A GVH a fenti tárgyban több versenyfelügyeleti eljárást indított, ezekben többek között

- megvizsgálja, hogy a véleményvezérek által közzétett tartalmak reklámnak minősülhetnek-e, valamilyen ellenszolgáltatásban, juttatásban részesült-e a véleményvezér az általa „hirdetett” termék/szolgáltatás népszerűsítésért.

- feltárja, hogy a közösségi médiás megjelenésekben a véleményvezéreknek milyen szerepe van, melyek a felelősségi viszonyok, milyen iparági szabályok irányadóak.

Az Fttv. rendelkezéseire figyelemmel indult versenyfelügyeleti eljárások során – a versenytörvény rendelkezései szerint – az alábbi döntések hozhatók.

A GVH Versenytanácsa:

- a vállalkozást a kötelezettségvállalás teljesítésére kötelezheti,
- megállapíthatja a jogsértés tényét,
- elrendelheti a jogsértő állapot megszüntetését,
- megtilthatja a jogsértő magatartás további folytatását,
- jogsértés megállapítása esetén kötelezettséget írhat elő,
- elrendelheti a jogsértő tájékoztatással kapcsolatban helyreigazító nyilatkozat közzétételét,
- megállapíthatja, hogy a magatartás nem jogsértő,
- bírságot szabhat ki, illetve
- figyelmeztetést alkalmazhat arra vonatkozó kötelezettség előírása mellett, hogy az ügyfél alakítson ki a versenyjogi előírásoknak megfelelést és jogsértés megelőzését biztosító belső eljárásrendet.

A kérdéses versenyfelügyeleti eljárások jelenleg folyamatban vannak a GVH előtt, így arról további tájékoztatást nem tudunk nyújtani.

Egyúttal tájékoztatom, hogy a mai napon a következő ügyben lesz versenytanácsi tárgyalás, amelyről részleteket e linken olvashat: [http://gvh.hu/legfrissebb\\_esemenyek/versenytanacsi\\_targyalas\\_171016.html](http://gvh.hu/legfrissebb_esemenyek/versenytanacsi_targyalas_171016.html)

Budapest, 2017. október 16.

Gazdasági Versenyhivatal