



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj/50-39/2012.

Betekinthető!

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa az Oppenheim Ügyvédi Iroda által képviselt **MTM-SBS Televízió Zrt.** (Budapest) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt indult eljárásban tárgyaláson kívül meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t .

Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy az MTM-SBS Televízió Zrt. a fogyasztók megtévesztésére alkalmas kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor

- a 2012. január 16. és február 17. között sugárzott ún. MegaPlusz miniprogramjában valótlanul azt állította, hogy a Megasztár minden idők legnézettebb magyar zenés tehetségkutató sorozata,
- a 2012. január 17. és február 17. között sugárzott ún. MegaPlusz miniprogramjában valótlanul azt állította, hogy a Megasztár kezdete óta a hazai könnyűzenei élet közel háromnegyedét a mega-tehetségek adják, illetve hogy az Eurovíziós Dalfesztivál 2012. évi magyarországi döntőjében a résztvevő előadók felét a Megasztár indította el a siker útján.

Az eljáró versenytanács az MTM-SBS Televízió Zrt.-t 5.000.000 Ft (ötmillió forint) bírság megfizetésére kötelezi, amelyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételi számlája javára köteles megfizetni.

Ha a kötelezett a bírságfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget, késedelmi pótlékot köteles fizetni. A késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része. A bírság és a késedelmi pótlék meg nem fizetése esetén a Gazdasági Versenyhivatal megindítja a határozat végrehajtását.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bírósághoz címzett, de a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsánál benyújtott vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel lehet kérni. A Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság a pert tárgyaláson kívül bírálja el, a felek bármelyikének kérelmére azonban tárgyalást tart, mely kérelmet az ügyfél a keresetlevelében terjesztheti elő.

I n d o k o l á s

I.

Az eljárás tárgya

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) annak vizsgálatára indított eljárást az MTM-SBS Televízió Zrt. (a továbbiakban: eljárás alá vont) ellen, hogy az eljárás alá vont a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 6. §-a (1) bekezdésének a)-b) pontjában foglalt tényállás megvalósításával megsértette-e az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében előírt tilalmat azzal, hogy a Megasztár 6 című műsor népszerűsítése körében azt állította, hogy
 - „a Megasztár minden idők legnézettebb magyar, zenés tehetségkutató sorozata,”
 - „a Megasztár kezdete óta a hazai könnyűzenei élet közel háromnegyedét a Megasztár tehetségei adják,”
 - „az Eurovíziós Dalfesztivál idei magyarországi döntőjében a résztvevő előadók felét a Megasztár indította el a siker útján.”
2. A versenyfelügyeleti eljárás kiterjed az eljárás alá vont által a Megasztár 6 című műsorral kapcsolatban alkalmazott teljes kereskedelmi gyakorlatra.

II.

Az eljárás alá vont

3. Az eljárás alá vont főtevékenysége televízió-műsorok összeállítása, szolgáltatása.
4. Az 1997-től a Magyarország egyik vezető kereskedelmi televíziós csatornáját, a TV2 televíziós csatornát működtető eljárás alá vont a hazai reklámpiac jelentős szereplője.
5. Az eljárás alá vont 2012. évi nettó árbevétele 14.239.189.000 Ft volt.

III.

Tényállás

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

6. Az eljárás alá vont a TV2 televíziós csatornán 2003-tól óta rendezte meg a Megasztár című tehetségkutató műsort, amelynek során a válogatást követően a döntőbe jutott előadók közül a nézők, illetve a zsűri választják ki az egyes fordulókön túljutó versenyzőket, végül a győztest. A műsor első szériája 2003-ban, a második 2004-ben, a harmadik 2005-ben, a negyedik 2008-ban, az ötödik 2010-ben, a hatodik 2012-ben indult.
7. A Megasztár 6 című műsort az eljárás alá vont egyebek között ötféle (a TV2 mellett az eljárás alá vont saját honlapján is közzétett, s onnan más hírportálok által is átvett) ún. MegaPlusz miniprogrammal népszerűsítette.

8. A 2012. január 16. és február 17. között 27 alkalommal¹ sugárzott ún. MegaPlusz miniprogramban az alábbiak hangoztak el:
- „A Megasztár minden idők legnézettebb magyar, zenés tehetségkutató sorozata. Ha összeadnánk az eddigi adások nézőit, közel 200 millióan lennének. Ha ennyi ember egymás vállára állna, az utolsó megérinthetné a Holdat. Több mint 60 szólóalbumon, közel negyed millió CD-lemezen, 550 dalt énekeltek el az eddigi öt Megasztár döntősei és győztesei. A sikertörténet folytatódik, készen állunk felfedezni új tehetségeket, és megdönteni minden eddigi 'mega-rekordot'!”*
9. A 2012. január 17. és február 17. között 26 alkalommal adásba került ún. MegaPlusz miniprogramban² az alábbiak voltak hallhatók:
- „A Megasztár kezdete óta a hazai könnyűzenei élet közel háromnegyedét a megatehetségek adják. A Megasztár előadói 2003 óta tizenkét aranylemezt, öt platinalemezt, három dupla-platinalemezt, és egy tripla-platinalemezt adtak ki. 2007-ben a Megasztár 3 győztese elnyerte az Eurovíziós Dalfesztivál legjobb dalszerzőjének járó díját. Az Eurovíziós Dalfesztivál idei magyarországi döntőjében a résztvevő előadók felét a Megasztár indította el a siker útján. A történet folytatódik, készen állunk, hogy felfedezzünk új tehetségeket, és megdöntsünk minden eddigi 'mega-rekordot'!”*
10. Az eljárás alá vont saját gyártású MegaPlusz miniprogramjainak előállítási költsége [üzleti titok] Ft. A vizsgált állításokat tartalmazó miniprogramok arányosítással meghatározott előállítási költsége [üzleti titok] Ft. [üzleti titok]

A hazai könnyűzenei élet meghatározása

11. Ahogy arra az eljárás alá vont is rámutat³, a hazai könnyűzenei élethez tartozó művészeknek nincs taxatív, illetve „hivatalos” listája. Az eljárás alá vont szerint ez a fogalom szubjektív értékítéleten alapul, ekként empirikus módszerekkel nem is ellenőrizhető.
12. A Magyar Hangfelvétel-kiadók Szövetsége (a továbbiakban: MAHASZ) megerősíti⁴, hogy a „hazai könnyűzenei élet” fogalma nehezen körülhatárolható, hiszen a széles közönség által ismert műfajok, illetve ezek előadói, az úgynevezett „mainstream” mellett számos különböző egyéb, bizonyos ízlésű réteg-közönséget kiszolgáló irányzatot, műfajt, szubkultúrát is takar, melyek nagy része (ha egyenként kisebb körben is) folyamatosan „termeli ki” a maga tehetségeit, s ezek némelyike egy idő után akár a mainstreambe is át tud szivárogni. Az éves összesített listák a CD-eladásokat, valamint a rádiós játszásokat, illetve a DJ-k (lemezlovasok) és közönségük által leginkább preferált dalokat mutatják. Ezek jelentős részben mutatják a zenei trendeket, de nem teljesen. A CD-eladási listákon azok a viszonylag kis számú előadók tudnak az élmezőnybe kerülni, akik tömegesen ismertek. A kereskedelmi rádiók zenei kínálata közismerten igen korlátozott műfaji kereteken belül mozog. A koncertek, fesztiválok például ugyanakkor jelentős közönséget mozgatnak meg, túlnyomó részben a fentiekben megjelenőtől eltérő zenei kínálattal, és az ilyen típusú népszerűség semmilyen éves összesítésben nem jelenik meg. A televíziós tehetségkutatók szereplői ezeken a helyszíneken alig-alig bukkannak fel, de a kimutatható összesítések közül a DJ-k, zenés-táncos szórakozóhelyek világában sem.
13. A Művészi Szakszervezetek Szövetsége – Előadóművészi Jogvédő Iroda (a továbbiakban: EJI) ugyancsak azt nyilatkozta⁵, hogy a „hazai könnyűzenei élet”, illetve

¹ Ezen Megaplusz miniprogram sugárzásának időpontjait az I. sz. melléklet a) táblázata tartalmazza.

² Ezen Megaplusz miniprogram sugárzásának időpontjait az I. sz. melléklet b) táblázata tartalmazza.

³ Vj/50-6/2012.

⁴ Vj/50-11/2012.

⁵ Vj/50-10/2012.

az ehhez tartozó „tehetségek” mint objektív kategória nem határozható meg, a kategóriának nincsenek olyan objektívnek tekinthető ismérvei, amelyek alapján azok tartalma kizárólagos módon meghatározható lenne. Az EJI 5.000-nél több előadóművészt tart nyilván, e listán azonban nemcsak zeneművészek szerepelnek, hanem színművészek, táncművészek és artistaművészek is, ugyanakkor az EJI listáján nem szerepel minden zeneművész, mivel arra oly módon lehet rákerülni/lekerülni, hogy az előadóművész az EJI-nek a közös jogkezelő tevékenység ellátására szóló megbízást ad, illetve azt visszavonja. Van zeneművész, aki kiemelkedően sikeres repertoár birtokában sem ad ilyen megbízást az EJI számára, ekként a listán sem szerepel.

A 2012-es Eurovíziós Dalverseny

14. Az Eurovíziós Dalversenyt a közszolgálati televíziókat tömörítő Európai Műsorszolgáltatók Szövetsége (EBU) szervezi, s a szövetség tagszervezetei, a nemzeti közszolgálati adók közvetítik. Az adott országot képviselő dal kiválasztásával kapcsolatban nincs előírás, erre országonként eltérő módon kerül sor. A 2012. évi dalversenyre érkezett magyar pályaművek közül egy kilenc tagú előzsűri kiválasztott ötvenet, majd a 2012. január 10-én megtartott sajtótájékoztató szerint húszra szűkült a lista. A húsz előadóval két elődöntő került megrendezésre 2012. január 28-án és február 4-én, majd a nemzeti döntő 2012. február 11-én zajlott le (mind a két elődöntőt, mind a nemzeti döntőt élőben közvetítette az m1 televíziós csatorna). Mindkét elődöntőből négy dal került a nemzeti döntőbe, ezek közül hármat a négytagú zsűri, egyet a közönség választott. A döntő első részében a nézők voksai döntöttek arról, hogy melyik dal kerül a végső négybe, majd a zsűri választotta ki, melyik dal képviseli Magyarországot a dalfesztiválon. A két 2012. évi elődöntőben a következő előadóművészek szerepeltek:

- a Megasztár műsorokhoz nem köthető
 - a négy tagból álló Anti Fitness Club,
 - Dancs Annamari,
 - Fábíán Juli & Zoohacker (azaz Palásti Kovács Zoltán),
 - Gallusz Niki és Víz Márton,
 - Gyurcsik Tibor,
 - Kiss Gina,
 - Krisz Rudi (aki a 2012. január 10-i sajtótájékoztatón még megnevezett, majd 2012. január 18-án a versenyből kizárt Bebe and The Change helyett versenyzett),
 - a négy tagból álló Monsoon együttes,
 - a három tagból álló Sophistic együttes,
- a valamelyik Megasztár szériában helyezést elérő
 - Kállay-Saunders András (Megasztár 5. negyedik helyezettje),
 - Kökény Attila és Bencsik Tamara (a Megasztár 5. második és a Megasztár 4. negyedik helyezettje),
 - Molnár Ferenc Caramel (a Megasztár 2. győztese),
 - Puskás Péter (a Megasztár 3. nyolcadik helyezettje),
 - Tolvai Renáta (a Megasztár 5. győztese),
 - Tóth Gabi (a Megasztár 2. harmadik helyezettje),

- a Megasztárral valamilyen módon kapcsolatba hozható(k)
 - a három tagból álló Compact Disco együttes énekese, Walkó Csaba, aki a Megasztár 3 vigaszágasa volt,
 - Heincz Gábor „Biga” (a Megasztár 3 vigaszágára jutott előadó),
 - a Király testvérek (Linda, Ben és Viktor) egyike, Viktor, aki a Megasztár 4 győztese volt, illetve
 - a Pál Eszterrel és Pál István „Szalonnával” fellépő Pély Barna, aki a Megasztár 1-3 zsűrijének volt a tagja,
 - Veres Mónika „Nika”, aki 2008-ban és 2010-ben a Megasztár vokalistája volt.

Az elődöntősök közül tizenegyen indultak egyénileg, kilencen pedig valamilyen formációban (páros előadóként vagy együttes tagjaként). Ha összeadjuk az egyéni előadók és különböző formációk tagjainak számát, összesen harminchét személy jutott az elődöntőbe.

A 2012. január 28-i elődöntőből Caramel, a Compact Disco, Heinz Gábor és Tóth Gabi, a 2012. február 4-i elődöntőből Fábíán Juli & Zoohacker (Palásti Kovács Zoltán), Gyurcsik Tibor, a Király testvérek és Veres Mónika „Nika” jutott tovább. A 2012. február 11-i döntőt a Compact Disco nyerte.

Tehetségkutató műsorok

15. Az elmúlt évtizedekben számos tehetségkutató műsorral találkozhattak a magyar televízió nézők 2012 elejéig:
- Ki mit tud? (MTV): a magyar televíziózás történetének legkorábbi tehetségkutató műsora volt. 1962-től négy évad a hatvanas években került adásba, kettő-kettő a hetvenes, a nyolcvanas és a kilencvenes években. Minden évad során egyszerre több kategóriában keresték a tehetségeket, így a vokális zene (amibe több műfaj, így a népzene is beletartozott) mellett hangszeres zene, vers és próza, néptánc, klasszikus és modern színpadi tánc, paródia, cirkuszi mutatvány kategóriában is lehetett nevezni, illetve győzni.
 - Táncdalfesztivál (MTV): az 1966-ban elindított sorozat összesen 12 évadot ért meg.
 - A Dal (MTV): eddig két évadja volt, amelyekben 3 részen át a nézők és a szakmai zsűri azt a profi előadóművészt választja ki, aki Magyarországot képviselheti az Eurovíziós Dalfesztiválon.
 - A Társulat (MTV): az egyetlen évadot megélt tehetségkutató műsorban az István, a király című rockopera énekes szereplőit keresték, ekként nyolc győztest hirdettek, a rockopera nyolc vezető szerepére.
 - Az év hangja (TV2): az énekes tehetségkutató egy évadot élt meg.
 - Üstökös (RTL Klub): az egyetlen évadot megélt tehetségkutató reality műsorban egy popcsapat (az „All 4 Love”) összeállítása volt a cél.
 - Kifutó (TV2): az énekes tehetségkutató (1997-99) egy külföldi licence alapján készült.
 - Popsztárok (TV2): a tehetségkutató 2002-ben egy létrehozandó együttes (Sugar & Spice) tagjait kereste.
 - Csillag születik (RTL Klub): 2012 februárjáig három évad került bemutatásra, melynek során több kategóriában kerestek tehetségeket. A különböző kategóriájú

produkciók egyetlen vetélkedő keretében mérköztek, s csak egy győztest hirdettek.

- X-Faktor (RTL Klub): a 2012 elejéig két évadot megélt tehetségkutató sorozat négy kategóriában (lányok, fiúk, csapat, 25 év feletti) keres tehetséges énekeseket. A külföldi licence-nek megfelelően bírálják el a jelentkezőket, így az éneklés mellett fontos szerepet játszik az előadásmód, beleértve a külső megjelenést és a tánc tudást is.

Nézettség mérése, szerepe, nézettségi adatok

16. A TV2 bevételeinek túlnyomó része reklámbevételekből származik, melyre a műsorok nézettsége közvetlen hatással van.
17. A televíziós műsorok nézettsége számos mutatószám alapján mérhető. A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanácsa (a továbbiakban: Médiatanács) a közönségarány mérés jelenlegi hazai gyakorlata és a nemzetközi ajánlások alapul vételével határozta meg mérési módszertanát („A televíziós nézettségmérés és rádiós hallgatottságmérés Médiatanács által elfogadott módszertana”). Ez a módszertan az alapja a többek között nézettségméréssel foglalkozó AGB Nielsen Médiakutató Kft. (a továbbiakban: AGB Nielsen) által végzett felméréseknek is.
18. A televíziós csatornák nézettségének AGB Nielsen általi mérésének főbb paraméterei a következők:
 - műsorsáv (pl. egész napra, főműsoridőre, délelőttre, délutánra).
 - célcsoport (legáltalánosabb a teljes népességre vonatkozó adat, de szűkíthető korosztály, nemek, településtípus és egyéb demográfiai változók szerinti célcsoportokra is).
19. A nézettségmérés egyik legfontosabb mutatója a közönségarány (Share – SHR), amely azt mutatja, hogy az esemény (vagy csatorna-idősáv) ideje alatt az összes tévé nézővel töltött időnek mekkora részét fordították a vizsgált célcsoportba tartozó nézők a vizsgált esemény (vagy idősáv) nézésére. A mutató számítási módja:

$$\text{SHR}\% = 100 * \frac{\text{az esemény (vagy idősáv egy adott csatornán) nézésére fordított idő}}{\text{az esemény (vagy idősáv) alatt tévé nézésre fordított idő}}$$

ahol

- „az esemény (idősáv) nézésére fordított idő” = a célcsoportban levő személyek által az esemény nézésére fordított időtartamok összege;
 - „tévé nézésre fordított idő” = a célcsoportban levő személyek által TV, video, DVD stb. nézésre fordított időtartamok összege.
20. A nézettség kapcsán egyéb mutatók is ismertek még, például:
 - AMR (Average Minute Rating) – nézettség: egy esemény (műsor vagy idősáv) közönségének egy percre jutó átlagos száma;
 - AMR % - nézettség: esemény (műsor vagy idősáv) közönségének egy percre jutó átlagos számának százalékos aránya a célcsoporton belül. Pl.: AMR=10%, jelentése: A műsor egy átlagos percét a célcsoport 10%-a látta;
 - COV / COV% (coverage) – kumulált elérés, azaz azok száma / aránya, akik az adott események (idősávok vagy műsorok) közül legalább egybe minimum egy percre belenéztek.

További nézettségi mutatók [pl. ATV (egy főre jutó tévé nézési idő)] ismertetése jelen versenyfelügyeleti eljárás szempontjából nem szükséges.

21. Az 1960-as, 1970-es és 1980-as években megtartott tehetségkutató műsorok nézettségére vonatkozó pontos adatok nem állnak rendelkezésre. Ismert ugyanakkor, hogy
- az 1966-os fesztiválon 144.000 postai úton leadott szavazatot regisztráltak,
 - 1967-ben a három elődöntő kapcsán összesen 649.000 postai úton leadott szavazatot regisztráltak, miközben a televízió előfizetések száma 1.169.000 volt,
 - 1972-ben a televízió előfizetések száma meghaladta a 2 milliót, 1977-ben a 2,5 milliót, 1981-ben a 2,8 milliót.
22. Az AGB Nielsen piackutató szerint a Megasztár versenytársának elsősorban az RTL Klub X-Faktor című műsora tekinthető, emellett korlátozott mértékben az RTL Klub „Csillag születik” című műsora is annak minősíthető, ez utóbbi azonban nem kizárólag zenei tehetségkutató.⁶ Az eljárás alá vont azon állítását, hogy „[a]Megasztár minden idők legnézettebb magyar, zenés tehetségkutató sorozata”, a konkurens, X-Faktor című műsor nézettségével való összehasonlításra alapozta⁷. Az általa csatolt, AGB Nielsen adatok szerint a mért, 2003. január 1. és 2011. december 31. közötti időszakban a Megasztár 1-5. szériáját [üzleti titok] néző (a 18-49-es korosztályra vetítve: [üzleti titok] fő), míg az X-Faktor két évadját ennél jóval kevesebb, [üzleti titok] néző (a 18-49-es korosztályra vetítve: [üzleti titok] fő) látta. A Megasztár szériák kumulált elérése a teljes lakosságra vetítve [üzleti titok] fő, míg az X-Faktor két szériájára vetített adat [üzleti titok] fő (azaz ennyien látták legalább egyszer a Megasztár sorozatot, illetve az X-Faktor sorozatot).
23. A vizsgálat beszerezte a Megasztár és az X-Faktor szériánkénti részletes nézettségi adatait műsoronkénti bontásban.⁸ Az adatok alapján az előző pontban ismertetettek túl az alábbiak állapíthatóak meg: az AMR, AMR% és SHR% mutatók összesítésénél (teljes átlagok) minden esetben az X-Faktor szerepel jobban:

		Total Individuals			18-49		
Csatorna	Esemény	AMR	AMR %	SHR %	AMR	AMR %	SHR %
TV2	Megasztár összesítés	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
RTL Klub	X-Faktor összesítés	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]

IV.

Az eljárás alá vont álláspontja

24. Az eljárás alá vont a vizsgálat során arra hivatkozott, hogy kereskedelmi kommunikációja nem tartalmazott valótlan állítást és nem tüntetett fel valós tényt hamis színben. A kifogással érintett állítások valóságtartalmáról azelőtt megbizonyosodott, hogy azokat a fogyasztókkal közölte volna. Az állítások valóságtartalmának alátámasztására számos érvet hozott fel (ld. a Vj-50-6/2012 és Vj-50-13/2012 számon iktatott iratokat).
25. Aláhúzta, hogy a kifogással érintett állítások a Megasztár 1-5 sorozatára és nem a Megasztár 6 című műsorra vonatkozóan tartalmaztak állításokat, így szoros értelemben véve azok a Megasztár sorozatot, s nem a Megasztár 6 című műsort népszerűsítették. A közlések a Megasztár tehetségkutató sorozattal kapcsolatos korábbi, a közönség

⁶ Vj-50-3/2012.

⁷ Vj/050-013/2012 (1) sz. melléklet, 5. pont

⁸ Ld. Vj/050-003/2012. és a Vj/050-006/2012. sz. adatszolgáltatások.

számára érdekes-színes hírcsokrot foglaltak magukban, kimondottan a Megasztár sorozat (és nem a 6. széria) kapcsán készültek ezek a saját gyártású kisfilmek (miniprogramok), melyek különböző aspektusból tekintenek vissza a Megasztár tehetségkutató műsor szériáira, és különböző rendező elvek szerint foglalják össze az adás múltbeli eredményeit. Ennek a „kereskedelmi” kommunikációnak tehát sajátos tartalma van, hiszen nem elsődlegesen eladás- vagy nézettségösztönzésre irányul, hanem a Megasztár sorozat múltjáról és eddigi sikereiről, valamint a közönség érdeklődésére számot tartó egyéb eseményekről (pl. szövődő szerelmek, Megasztár babák) adott tájékoztatást.

26. Az eljáró versenytanács előzetes álláspontjára tett észrevételeiben⁹ az eljárás alá vont kifejtette, hogy a vizsgált állítások kapcsán nem kizárható, hogy azokat a fogyasztók olyan módon értelmezhetik, amely értelmezés alapján a kifogásolt állítások nem valóságosak - alkalmasak lehetnek a fogyasztók megtévesztésére és ekként megsértették a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény 3. §-át és 6. § (2) bekezdését.
27. Az eljárás alá vont ugyanakkor kérte, hogy az eljáró versenytanács tekintszen el bírság kiszabásától, vagy csupán csekély, legfeljebb figyelmeztető jellegű bírságszankciót alkalmazzon – a jogsértő miniprogramok előállításának költségéből kiindulva - a jogsértést elismerő nyilatkozatra, illetve az alább felsorolt, általa figyelembe venni javasolt enyhítő körülményekre tekintettel:
- Az eljárás alá vont jóhiszeműen járt el, a némileg túlzó vagy pontatlan tartalmú közlései nem voltak szándékosak. A kifogásolt állítások nem egy megtévesztő kampány részei, hanem a miniprogramok tájékoztató-szórakoztató reklám és információs tartalmainak részei, amelyek a Megasztár múltjára és sikereire kívánják felhívni a figyelmet.
 - Az eljárás alá vont jóhiszeműségét támasztja alá, hogy a kifogásolt állítások elsődleges, a társaság által közvetíteni kívánt üzenete igazolható volt a következők szerint:
 - A Megasztár összes szériáját igazolhatóan összesen több néző látta, mint bármely más konkurens magyar, zenei tehetségkutató műsort. Az, hogy az eljárás alá vont a nézettségre mint összesített nézőszámra vonatkozó kijelentést kívánt tenni, alátámasztja a kreatív csillagászati metafora alkalmazása.
 - A hazai könnyűzenei élet háromnegyedét a Megasztár-tehetségek adták állítással kapcsolatban kifejtette, hogy az eljárás alá vont azt az üzenetet kívánta közvetíteni a nézők felé, hogy a Megasztár sorozat számtalan tehetséget adott Magyarországnak; a Megasztár sorozat tehetségei a hazai könnyűzenei élet legmeghatározóbb egyéniségei, akik alkotói és előadói képességükkel, népszerűségükkel minden más előadói csoportnál nagyobb mértékben (erre utal az arányszám) járulnak hozzá a magyar könnyűzenei élet fejlődéséhez. Az állítás megfogalmazásakor arra számított, hogy a nézők pontosan érteni fogják a Megasztár előadók hazai popzenei jelentőségét érzékeltető arányszám megjelenítése kapcsán, hogy az csupán szimbolikus jelentéssel bír.
 - Az Eurovíziós Dalfesztivál döntőjéhez kapcsolható Megasztár-tehetségek száma kapcsán az eljárás alá vont kifejtette, hogy azt az üzenetet kívánta közvetíteni, hogy az Eurovíziós Dalfesztivál elődöntőjébe jutott 20 produkcióból 10 köthető - az előadói keresztül - a Megasztár sorozathoz. Bár

⁹ Vj-50-37/2012.

elismeri, hogy az állítás megfogalmazásakor valóban sajnálatos módon pontatlanul hivatkozott a részvevő „előadókra”, „produkciók” helyett, illetve „döntőre” „elődöntő” helyett, azonban ez álláspontja szerint nem torzította el jelenősen a szándékolt üzenetet.

Ezen enyhítő körülmények az eljárás alá vont szerint felelősségének hiányát valószínűsítik

- Az eljárás alá vont további álláspontja szerint a kifogásolt miniprogramoknak csekély volt a kommunikációs intenzitása és ez jelentősen csökkenti a jogsértés tárgyi súlyát. Ennek keretében utalt arra, hogy a kifogásolt miniprogramokat csupán egy hónapon át sugározta, kizárólag a TV2 műsorán, illetve az összesen ötvenhárom vetítésből csak 2-2 alkalom esett a főműsoridőre, 24 alkalom pedig az igen alacsony nézettségű kora reggeli vagy késő esti időpontokra esett.

28. Az eljárás alá vont tárgyalás tartását nem kérte.

V.

Jogi háttér

29. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése szerint ez a törvény állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, valamint az ilyen kereskedelmi gyakorlat tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint a törvény hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely a Magyar Köztársaság területén valósul meg, továbbá arra is, amely Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint.

30. Az Fttv. 2. §-ának a) pontja szerint fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy. Ugyanezen jogszabályhely d) pontja szerint kereskedelmi gyakorlat a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenysége vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja, az e) pont alapján a kereskedelmi kommunikáció a vállalkozás önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével közvetlenül összefüggésben történő információközlés, függetlenül annak megjelenési módjától, eszközétől, valamint h) pontja szerint ügyleti döntés a fogyasztó arra vonatkozó döntése, hogy kössön-e, illetve hogyan és milyen feltételek mellett kössön szerződést, továbbá hogy gyakorolja-e valamely jogát az áruval kapcsolatban.

31. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése kimondja, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (2) bekezdés szerint tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, a) amelynek alkalmazása során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el (a továbbiakban: szakmai gondosság követelménye), és b) amely érzékelhetően rontja azon fogyasztó lehetőségét az áruval kapcsolatos, a szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, akivel kapcsolatban alkalmazzák, illetve akihez eljut, vagy aki a címzettje, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg (a továbbiakban: a fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas. A (3) bekezdés alapján a (2)

bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).

32. Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése értelmében a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat illetve áru nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is. Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni.
33. Az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének b) pontja szerint megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény – figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére – olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az alábbi tényező tekintetében és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas: az áru lényeges jellemzői.
34. Az Fttv. 14. §-a szerint a vállalkozás – az eljáró hatóság felhívására – a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát igazolni köteles. Ha a vállalkozás nem tesz eleget ennek a kötelezettségnek, úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak. Erre a vállalkozást a hatóság felhívásában figyelmeztetni kell.
35. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a GVH eljárása tekintetében a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) rendelkezéseit kell alkalmazni.
36. A Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését.
37. Az eljáró versenytanács a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése értelmében bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpv. (illetve az Fttv.) rendelkezéseit megsérti. A bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve annak - a határozatban azonosított - vállalkozáscsoportnak a jogsértést megállapító határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja. A (2) bekezdés szerint ha az (1) bekezdés szerinti vállalkozásoknak, illetve vállalkozáscsoportnak a jogsértést megállapító határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételéről nem áll rendelkezésre hitelesnek tekinthető információ, a bírság maximumának meghatározásakor az utolsó hitelesen lezárt üzleti év árbevétele az irányadó. A (3) bekezdés rögzíti, hogy a bírság összegét az eset összes körülményeire - így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő felek piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a törvénybe ütköző magatartás ismételt tanúsítására - tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a fogyasztók, üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

VI.

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat jogi értékelése

Az alkalmazandó jogszabály

38. A vizsgált kereskedelmi gyakorlattal kapcsolatban megállapítható, hogy címzettjei elsősorban olyan személyek, akik önálló foglalkozásukkal és gazdasági tevékenységükkel

össze nem függő célok érdekében járnak el. Erre való tekintettel a vizsgált kereskedelmi gyakorlat az Fttv. hatálya alá tartozik, azt ezen törvény alapján kell megítélni.

A kereskedelmi kommunikációk címzettjei: a nézők és a hirdető

39. Az eljárás alá vont által közzétett, a jelen eljárásban vizsgált kereskedelmi kommunikációknak mind a TV2 televíziós csatorna nézői, mind a csatorna hirdetői a címzettjei voltak, mivel a vizsgált reklámok a hirdetőkhöz és a nézőkhöz is eljutottak.
40. A vizsgálatlal érintett kétoldalú piacon két [általános versenyjogi értelemben vett, azaz nem az Fttv. 2. §-ának a) pontja szerinti] fogyasztói kör különböztetendő meg:
 - a televíziós műsorokat néző fogyasztók (nézők) köre és
 - a televíziós csatornákon reklámokat elhelyező vállalkozások (hirdetők) köre.
41. E két fogyasztói kör sajátos viszonyban áll egymással, ugyanis a csatornák hirdetői piacon betöltött pozícióját, a Tptv. szerinti üzletfélnek minősülő hirdetők általi keresletét, elsősorban a csatornák nézői oldalon, az Fttv. szerinti fogyasztók körében elért sikere – így elsősorban nézettsége, lefedettsége, célcsoportja - határozza meg. Másik irányú hatás is létezik, hiszen a nagyobb hirdetési bevételek értékesebb műsorok sugárzását, így a nézettség és a lefedettség növelését teszik lehetővé.
42. A jelen vizsgálatlal érintett kétoldalú piac szereplői közül jogi szempontból csak a nézők minősülnek az Fttv. szerinti fogyasztónak, tehát a vizsgált reklámok Fttv. alapján történő minősítése szempontjából csak a nézők irányában tanúsított magatartás a releváns.
43. Az eljárás alá vont vizsgált magatartásának értékelése kapcsán az eljáró versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont által tanúsított kereskedelmi gyakorlat nem olyan Fttv. szerinti fogyasztói kör vonatkozásában valósult meg, amelynek tagjai az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában különösen kiszolgáltatottak lennének. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat megítélése során az eljáró versenytanács olyan fogyasztó magatartását vette alapul, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el. Ezzel kapcsolatban kiemeli az eljáró versenytanács, hogy
 - a fogyasztótól az „ésszerű tájékozódás” körében nem azt kell elvárni, hogy ellenőrizze a kereskedelmi kommunikációkban szereplő információ helytállóságát. A kereskedelmi kommunikációk egyik funkciója éppen az, hogy a vállalkozás és a fogyasztó között meglévő információs aszimmetria feloldására költséghatékony megoldásokat kínáljanak,
 - az a fogyasztó is ésszerűen jár el, aki nem kételkedik a kereskedelmi kommunikációk által nyújtott tájékoztatásban, a vállalkozás szavahihetőségében, hanem a kereskedelmi kommunikációkat egy ésszerűen költséghatékony tájékoztató folyamatban az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében bízva kezeli. (Vj-84/2009. számú elvi döntés)¹⁰

A vizsgált kereskedelmi kommunikációk fogyasztókat megtévesztő jellegének megítélése

44. Az Fttv. alapján a vizsgált kereskedelmi kommunikáció jogsértő, ha megvalósítja az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésében foglaltakat, ezzel megsértve az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat. E körben vizsgálni kell, hogy

¹⁰ A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsának a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvénnyel és a tisztességtelen piaci magatartás és versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény III. fejezetével kapcsolatos elvi jelentőségű döntései (2011) (a továbbiakban: Elvi jelentőségű döntések), I.4.2. pont

- az eljárás alá vont által közzétett kereskedelmi kommunikáció megtévesztő volt-e úgy, hogy valótlan információt tartalmazott, vagy megtévesztésre alkalmas volt-e azáltal, hogy valós tény megtévesztésre alkalmas módon tett közzé,
 - az áru lényeges jellemzői tekintetében és
 - az eljárás alá vont magatartása alkalmas volt-e arra, hogy a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítse, amelyet egyébként nem hozott volna meg. Ez utóbbi feltétel kapcsán kiemelendő, hogy a tisztességtelenség megállapításához nem szükséges annak bizonyítása, hogy a fogyasztói magatartás torzítása (a fogyasztó áruval kapcsolatos gazdasági döntésére kihatás) ténylegesen megtörtént, elegendő az erre való alkalmasság.
45. A Versenytanács kialakult gyakorlata alapján a fogyasztók felé irányuló tájékoztatással szemben követelmény, hogy az egyértelmű legyen, s ha a tájékoztatás nem egyértelmű, annak következményeit a vállalkozásnak kell viselnie, mindenekelőtt oly módon, hogy valamennyi értelmezés valóságnak való megfelelését igazolnia kell.¹¹ Ebből következően, mivel jelen versenyfelügyeleti eljárás tárgyát képező kommunikációk egy része („*A Megasztár minden idők legnézettebb magyar zenés tehetségkutató sorozata*”, „*Az Eurovíziós Dalfesztivál idején magyarországi döntőjében a résztvevő előadók felét a Megasztár indította el a siker útján*”) többféleképpen is értelmezhető, az eljárás alá vont felelőssége, hogy mindegyik értelmezési módnak való megfelelést bizonyítsa.
46. Az eljáró versenytanács szerint nem vitatható, hogy a televíziós csatorna lényeges jellemzője annak nézettsége. A csatorna nézettsége befolyásolja a csatorna reklámbevételeit, és ezáltal a csatorna műsorminőségére közvetlen hatást gyakorol. A hirdetések szempontjából is nyilvánvalóan lényeges jellemző a csatorna nézettsége, mivel a nézettség alapvetően meghatározza a hirdetések által elért fogyasztói kör nagyságát és a hirdetésekhez kapcsolódó költségeket. A nézők szempontjából is lényeges jellemző a csatorna nézettsége. Valamely csatorna nézettsége képes befolyásolni a csatorna közmegítélését (image-ét), ami a fogyasztók választására hatást gyakorolhat. Ezt alátámasztja az a tény is, hogy az eljárás alá vont a 2012. január 16. és február 17. között sugárzott miniprogram egyik központi üzeneteként szólt a nézettségről, illetve mindkét miniprogram célja – a Megasztár, annak új szériája, illetve a TV2 nézettségben megmutató – fogyasztói érdeklődés felkeltése, fenntartása és növelése volt.
47. Ennek kapcsán az eljáró versenytanács kiemeli, hogy nem fogadja el az eljárás alá vont azon, a vizsgálati szakban kifejtett álláspontját, hogy a vizsgált miniprogramok nem szolgálták a Megasztár 6. szériájának népszerűsítését. Sőt, az eljáró versenytanács kifejezetten úgy ítéli meg, hogy a miniprogramok a Megasztár eddigi eredményeinek bemutatásával az új szériát propagálták az alábbiak szerint:
- A vizsgált kommunikációk a Megasztár sorozat image reklámjai. Ezt támasztja alá az eljárás alá vont álláspontja is, mely szerint „*a Megasztár sorozat múltjáról és eddigi sikereiről, valamint a közönség érdeklődésére számot tartó egyéb eseményekről (pl.: szövődő szerelmek, Megasztár babák, stb.) ad tájékoztatást.*”¹²
 - A Megasztár 6. széria 2012. február 6-án kezdődött el – az első miniprogram 2012. január 16-án, míg az utolsó 2012. február 17-én került adásba, ekként a megjelenések időpontja kevéssel megelőzi, illetve kíséri a műsor időpontját. Összekapcsolva azt, hogy a miniprogramok mint image reklámok a Megasztár új szériájának elindítása körüli időpontban kerültek adásba, megállapítható, hogy a kommunikációk az új széria népszerűsítésére is szolgáltak.

¹¹ Lásd például a Vj-116/2007. határozatot, melyet a Fővárosi Törvényszék 2.K. 31.612/201/18. számú ítéletével, majd a Fővárosi Ítéletábrla 2.Kf.27.298/2012/7. számú ítéletével hagyott jóvá.

¹² Ld. Vj/050-006/2012. sz. adatszolgáltatás „előrebocsátott” részét.

- A hírkereső találati listája szerint a miniprogramok közzétételének időpontjához képest pár napon belül számtalan hír jelent meg arról, hogy indul a Megasztár 6.¹³
 - A miniprogramokban az alábbiak hangzanak el: *“A sikertörténet folytatódik, készen állunk felfedezni új tehetségeket, és megdönteni minden eddigi „mega-rekordot”!*”, továbbá *“És a történet folytatódik, készen állunk felfedezni új tehetségeket, és kíváncsian várjuk a „mega-szerelmeket”, amely állítások egyértelműen az elkövetkező műsorra utalnak és nem a korábbi műsorhoz köthetőek.*
48. A kereskedelmi gyakorlat akkor megtévesztő, ha alkalmas a fogyasztó ügyleti döntésének befolyásolására. Kiemelendő (összhangban a törvény indokolásával), hogy az ügyleti döntés fogalma szélesebb terjedelmű a fogyasztó gazdasági döntéseinek polgári jog szerinti fogalmánál, a szerződési akarat kifejezésénél. Ügyleti döntésnek minősül a fogyasztó azon döntése, amikor azonosítja a kielégítendő szükségletét és valamely vállalkozást vagy valamely szolgáltatást választja szükséglete kielégítéséért. (Vj-104/2009. és Vj-132/2009. számú elvi döntések)¹⁴
49. A nézők a nem fizetős televíziós csatornák választása esetén is – a közvetlen pénzbeli ellenszolgáltatás hiánya ellenére – ügyleti döntéseket hoznak, amikor mérlegelnek a különböző műsorszolgáltatások, különböző tartalomszolgáltatások, illetve a tartalomszolgáltatás és más tevékenységek között. Ezek a fogyasztói döntések a műsorszolgáltató oldalán a nézettségi mutatókban jelennek meg, azt közvetlenül befolyásolják. A nézettségi mutatók közvetlen hatással vannak a műsorszolgáltatók reklámbevételeire. Így a fogyasztók nézettségi mutatókkal mérhető döntései határozzák meg az adott szolgáltatással elérhető reklámbevételeket. A nézők tehát a figyelmükkel fizetnek a műsorszolgáltatásért, illetve azzal, hogy elérhetővé teszik magukat a hirdetőik hirdetéseinek számára. Az ügyleti döntés jelen esetben a fogyasztó arra vonatkozó döntése, hogy – a szükségleteinek azonosítását követően – az ideje eltöltésére rendelkezésre álló tevékenységek közül a televíziózást, és ezen belül is egy adott csatornát választ, amely szolgáltatás „ellenértéke” részéről az, hogy a figyelmével fizet a műsorszolgáltatásért, és ezáltal a nézettségi adatok növekedésének indukálásával a műsorszolgáltató reklámbevételeire közvetett hatással van.
50. A nézettség növelése nemcsak a reklámbevételek miatt fontos. A televíziós műsorszolgáltatók az elmúlt néhány évben több, énekesek részére kiírt tehetségkutató versenyt is indítottak. (Ld. részletesebben a 15. pontot.) Az egyes naptári években a műsorok párhuzamosan is zajlottak, ilyenkor értelemszerűen a szokásosnál is élesebb a verseny azon tekintetben, hogy mely csatorna műsorát választják a résztvevők/nézők. A műsorszolgáltatók egyrészt már a műsorokat megelőzően is aktívak a „behangozás” kapcsán, másrészt a verseny teljes időtartama alatt reklámozzák azt, sugároznak kapcsolódó műsorokat, fenntartanak a témát érintő internetes oldalakat. A műsorok kapcsán lényeges, hogy mely szolgáltató milyen résztvevőkkel tudja indítani a versenyt, milyen nézői háttérre tesz szert – akik nézik a műsort, SMS-ben szavazatokat küldenek, részt vesznek a rendezvényeken, hirdetői bevételt generálnak az előbbiekkal is összefüggésben.¹⁵ Fontos megjegyezni továbbá, hogy az egyes interaktív, „beszavazós” műsorok szereplői, versenyzői a későbbi média, illetve bulvár jelenlétükkel is egyfajta fogyasztói igényt elégítenek ki, így a kínálati oldal (az egyes médiumok, műsorszolgáltatók) számára – adott esetben a szereplőkkel kötött szerződésekben is megjelenő módon – további tartalom, illetve közvetve bevételi lehetőséget

¹³ Ld. a vizsgálati jelentés 2/1 sz. mellékletét.

¹⁴ Elvi jelentőségű döntések, I.2.2. pont

¹⁵ Megállapítható, hogy a legnézettebb idősáv továbbra is az este 9 óra. Ilyenkor a 18-49 éves korosztálynak közel fele a tévé előtt ül. Az érintett műsor nézői jellemzően a 18-49 éves, illetve fiatalabb korosztályhoz tartozó nézők, akik az interaktivitás során akár aktívan is szívesen vesznek részt a műsor alakításában.

(<http://www.mediainfo.hu/misc/printpage.php?pageurl=%2Fhirek%2Farticle.php&id=25438>)

szolgáltatnak. A nézettség növekedése tehát közvetve – konkrét pénzbeli ellenszolgáltatás hiánya ellenére - az adott műsor kapcsán elérhető egyéb bevételekre hatást gyakorol.

51. Mindezeket egybevetve megállapítható, hogy a fogyasztó ügyleti döntést hoz, amikor valamely nem fizetős televíziós csatorna műsorát választja szabadidős tevékenységként, illetve ennek kapcsán interaktív tevékenységet folytat.
52. Az Fttv. szerinti megtévesztés szempontjából elegendő annak megállapítása, hogy a kereskedelmi kommunikáció potenciálisan alkalmas volt arra, hogy a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíttesse, amelyet egyébként nem hozott volna meg. Tehát a tisztességtelenség megállapításához nem szükséges annak bizonyítása, hogy a fogyasztói magatartás torzítása (a fogyasztó áruval kapcsolatos gazdasági döntésére kihatás) ténylegesen megtörtént. Így e tekintetben nincs jelentősége annak, hogy a Megasztár 6 nézettsége nőtt-e vagy sem az ún. MegaPlusz miniprogramok közzétételének eredményeként.

Igazolási kötelezettség

53. Az Fttv. 14. §-a értelmében a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát a vállalkozás, a jelen esetben az eljárás alá vont köteles igazolni, azzal, hogy ha nem tesz eleget ennek a kötelezettségnek, úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak.
54. A valamely kereskedelmi kommunikációban megjelenő, igazolandó tényállítást nem az azt közzétevő vállalkozás, hanem a kereskedelmi kommunikációval megcélzott, illetve elért fogyasztók szempontjából kell értelmezni.

„A Megasztár minden idők legnézettebb magyar zenés tehetségkutató sorozata”

55. A 2012. január 16. és február 17. között 27 alkalommal sugárzott ún. MegaPlusz miniprogramban az az állítás fogalmazódott meg, hogy „a Megasztár minden idők legnézettebb magyar zenés tehetségkutató sorozata”. Ezen kijelentés mellett, azzal összefüggésben az ún. MegaPlusz miniprogram azt is közölte, hogy „ha összeadnánk az eddigi adások nézőit, közel 200 millióan lennének”.
56. Az állítás kapcsán mindenekelőtt ki kell emelni, hogy a kereskedelmi kommunikáció nem minősül összehasonlító reklámnak, mivel nem teljesülnek az összehasonlító reklám fogalmi ismérvei. A gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvény 3. §-ának i) pontja értelmében az összehasonlító reklám olyan reklám, amely közvetve vagy közvetlenül felismerhetővé tesz más, a reklámozóéval azonos vagy ahhoz hasonló tevékenységet folytató vállalkozást vagy ilyen vállalkozás által előállított, forgalmazott vagy bemutatott, a reklámban szereplő áruval azonos vagy ahhoz hasonló rendeltetésű árut. A jelen esetben a kereskedelmi kommunikáció sem közvetlenül, sem közvetve nem tesz felismerhetővé más vállalkozást vagy versenyző terméket (szolgáltatást). Az állítás piaelsőségi állításnak minősül, amely minden versenyző termékkel (szolgáltatással) szemben fogalmazódik meg.
57. Az eljárás alá vont állítása szerint a „minden idők legnézettebb” állítását az adott tehetségkutató műsor egészére értette, a teljes sorozat nézőire. A kijelentésnek valóban lehetséges ilyen értelmezése, ugyanakkor ez az értelmezés a fogyasztók számára nem derül ki egyértelműen, maga az állítás ugyanis általános jelleggel hangzik el. A közvetített üzenet ugyanakkor arra is utalhat, hogy szemben más tehetségkutató sorozatokkal, Magyarországon – jellemzően – a Megasztárt nézik a legtöbben. Ez az állítás tehát többféle fogyasztói értelmezést tesz lehetővé, amelynek következményeit az eljárás alá vontnak kell viselnie, oly módon, hogy valamennyi értelmezés valóságtartalmát tudnia

kell igazolni. Az eljárás alá vont azonban az egyes értelmezési lehetőségek valóságtartalmát nem igazolta az alábbiak miatt.

a) A teljes műsorszéria összes nézőjére vonatkozó értelmezés

58. Eljárás alá vont minden időbeli korlátozás nélkül állította, hogy a Megasztár 1-5 széria összes adását többen látták, mint bármely más hazai zenés tehetségkutató sorozatot (annak összes adását). Ennek megfelelően az állítás nemcsak a 2003 ősztől lebonyolított tehetségkutató műsorokkal szemben fogalmazódik meg, hanem a korábbi műsorok vonatkozásában is.
59. Az eljárás alá vont szerint az állítás kizárólag zenei produkciókat magában foglaló tehetségkutatókra terjedt ki, azonban a „*zenés tehetségkutató sorozat*” kitétel az átlagos fogyasztói értelmezés szerint nemcsak a kizárólag zenei produkciókat magában foglaló tehetségkutatókra terjedhet ki, hanem azokra is, amelyek esetében a zenei produkciók mellett más típusú produkciók is megjelentek. Így az eljárás alá vontnak – a 45. pontban foglaltaknak megfelelően – azt is tudnia kell igazolni, hogy az állítás a csak részben zenei produkciókat magában foglaló programokkal való összehasonlításban is megáll. (Ha az eljárás alá vont azokkal a tehetségkutatókkal szemben kívánta volna megfogalmazni az állítást, amelyekben kizárólag zenei produkciók voltak, akkor ennek megfelelően kellett volna megfogalmaznia a kereskedelmi kommunikáció tartalmát.)
60. Így az Fttv. 14. §-a alapján az eljárás alá vontnak az állítás valóságnak való megfelelését minden magyar zenés tehetségkutató műsorral szemben kellett volna bizonyítania, így az 1962-től többször megrendezett Ki mit tud? műsorra, a 12 évadot megélt Táncdalfesztiválra is kiterjedően, minden esetben pontos nézettségi adatokkal igazolva, hogy az állítás megfelel a valóságnak. A nézettségi adatok esetleges hiánya nem szolgálhat az eljárás alá vont mentességül, mivel az igazoláshoz rendelkezésére álló lehetőségekhez kellett volna igazítania kereskedelmi kommunikációja tartalmát.
61. Az eljárás alá vont tehát nem tett eleget igazolási kötelezettségének az állítás ezen értelmezése vonatkozásában; nem igazolta, hogy a Megasztár lenne minden idők legnézettebb magyar zenés tehetségkutató sorozata. Ennek megfelelően úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak.

b) Azon értelmezés, mely szerint Magyarországon – jellemzően – a Megasztárt nézik a legtöbben

62. Az AGB Nielsen honlapján található tájékoztatás szerint egy csatorna nézettségének meghatározásához meg kell határoznunk, hogy milyen napszakra gondolunk (pl. egész napra, főműsoridőre, délelőttre, délutánra), és hogy melyik célközönség érdekel bennünket leginkább. A legáltalánosabb a teljes népességre vonatkozó adat, de ezt szűkíthetjük korosztály, nemek, településtípus és egyéb demográfiai változók szerinti célcsoportokra is.¹⁶
63. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint, tekintettel arra, hogy a nézettség többféle mutatószámmal jellemezhető, az eljárás alá vont akkor a „*legnézettebb*”, ha a reklám fő üzenetének megfelelően minden időszakban, minden nézői csoportban, és minden egyes nézettségi mutatóban az élen jár, legalább az egyes szériák vonatkozásában. Ezzel szemben például
- 2010-ben az RTL Klubon futó X-Faktor nézettségét jellemző AMR¹⁷ a 18-49 éves korosztályban magasabb, mint a Megasztár azonos mutatószáma¹⁸,
 - az X-Faktor egyes szériájának nézettségi mutatói jellemzően jobbak (ld. a 3. pontot),

¹⁶ Ld. a vizsgálati jelentés 2/11. sz. mellékletét.

¹⁷ Egy műsor vagy időszáv közönségének egy perce jutó átlagos száma.

¹⁸ Ld. Vj/050-013/2012 (1).

- sem a Táncdalfesztivál, sem a Ki mit tud? tekintetében nem állnak rendelkezésre hiteles és összehasonlítható adatok.
64. Az eljárás alá vont tehát az állítás második értelmezési lehetősége kapcsán sem tett eleget igazolási kötelezettségének, nem igazolta, hogy a Megasztár lenne minden idők legnézettebb magyar zenés tehetségkutató sorozata. Ennek megfelelően úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak.
65. Az eljárás alá vont maga is elismerte, hogy a kifogásolt állítás alkalmas lehetett a fogyasztók megtévesztésére.¹⁹
66. Figyelemmel a fentiekre, az eljáró versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont a fogyasztók megtévesztésére alkalmas kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor a 2012. január 16. és február 17. között sugárzott ún. MegaPlusz miniprogramjában valótlannal azt állította, hogy a Megasztár minden idők legnézettebb magyar zenés tehetségkutató sorozata. Az eljárás alá vont ezzel megvalósította az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének b) pontja szerinti magatartást, ezáltal megsértve az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében foglalt tilalmat.

„A Megasztár kezdete óta a hazai könnyűzenei élet közel háromnegyedét a mega-tehetségek adják.”

67. A 2012. január 17. és február 17. között 26 alkalommal adásba került ún. MegaPlusz miniprogramban az eljárás alá vont azt állította, hogy „a Megasztár kezdete óta a hazai könnyűzenei élet közel háromnegyedét a mega-tehetségek adják”.
68. A kereskedelmi kommunikáció nem egyszerűen azt állította, hogy a Megasztár sorozat számtalan tehetséget adott Magyarországnak, vagy azt, hogy a Megasztár előadói a hazai könnyűzenei élet legmeghatározóbb előadói, akik népszerűségükkel minden eddiginél nagyobb mértékben járultak hozzá a hazai könnyűzenei élet fejlődéséhez – ha az eljárás eljárás alá vont szándéka egyébként erre irányult is. A kifogásolt állítás egyértelműen azt közölte, „a Megasztár kezdete óta a hazai könnyűzenei élet közel háromnegyedét a mega-tehetségek adják”. Ha eljárás alá vont az általa (nyilatkozata értelmében) célzott üzenetet kívánta volna közvetíteni, akkor más tartalmú kereskedelmi kommunikációt kellett volna alkalmazni.
69. Az állítás alapján az eljárás alá vontnak hitelt érdemlően igazolnia kellett volna, hogy a Megasztár kezdete, azaz 2003 ősze óta a hazai könnyűzenei élet közel háromnegyede olyan előadókból áll, akik szerepeltek a Megasztárban.
70. A fogyasztói (és amint azt a MAHASZ és az EJI nyilatkozata alátámasztja: a szakmai) értelmezés szerint a „hazai könnyűzenei élet” igen tág kategória, pontos határai csak nehezen vagy egyáltalán nem állapíthatók meg, abba számos széles körben vagy csak a fogyasztók meghatározott szűkebb körében ismert műfaj előadói tartoznak bele. Annak az igazolási kötelezettségre kiható következményét, hogy az állítás egy nehezen körülhatárolható kategóriát tartalmaz, az azt alkalmazó eljárás alá vontnak kell viselnie, azaz a tág értelemben vett, teljes hazai könnyűzenei élet viszonylatában kellene igazolnia, hogy annak háromnegyedét a „mega-tehetségek” adják. Ezen igazolási kötelezettségének az eljárás alá vont semmilyen vonatkozásban (pl. lemezeladások vagy koncertfellépések arányában) nem tett eleget.
71. Az eljárás alá vont arra is hivatkozott, hogy a kifogásolt állítás szó szerinti értelmezésére a miniprogram közzétételekor nem számított. Ugyanakkor az eljáró versenytanács szerint a kifogásolt állítás éppen azt a látszatot kelti a fogyasztóban, hogy ez a piac jellemezhető, illetve számszerűsíthetően meghatározhatóak az arányok (és a Megasztár felfedezettek

¹⁹ Ld. Vj-50-37/2012.

javára). Annak következményeit eljárás alá vontnak kell viselnie, hogy a kereskedelmi kommunikációban egy nem pontosan körülhatárolható kategóriát alkalmazott – az eljárás alá vontnak a kategória minden (szűkebb és tágabb) értelmezése vonatkozásában eleget kellett volna tennie igazolási kötelezettségének. Ez azonban semmilyen formában nem történt meg, és ezt az eljárás alá vont maga is elismeri.²⁰

72. Figyelemmel a fentiekre az eljáró versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont a fogyasztók megtévesztésére alkalmas kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor a 2012. január 17. és február 17. között sugárzott ún. MegaPlusz miniprogramjában valótlanul azt állította, hogy a Megasztár kezdete óta a hazai könnyűzenei élet közel háromnegyedét a mega-tehetségek adják. Az eljárás alá vont ezzel megvalósította az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének b) pontja szerinti magatartást, ezáltal megsértve az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében foglalt tilalmat.

„Az Eurovíziós Dalfesztivál idei magyarországi döntőjében a résztvevő előadók felét a Megasztár indította el a siker útján”

73. A 2012. január 17. és február 17. között adásba került ún. MegaPlusz miniprogramban az eljárás alá vont közölte, „Az Eurovíziós Dalfesztivál idei magyarországi döntőjében a résztvevő előadók felét a Megasztár indította el a siker útján”.
74. A 2012. évi Eurovíziós dalversenyre érkezett magyar pályaművek közül egy kilenc tagú előzsűri kiválasztott ötvenet, majd a 2012. január 10-én megtartott sajtótájékoztató szerint húszra szűkült a lista. Az elődöntőket 2011. január 28-án és február 4-én, a nemzeti döntőt 2012. február 11-én tartották meg.
75. A miniprogram alkalmazására 2012. január 17-től került sor. A 2012. január 17. és február 4. közötti időszakban az állítással találkozó fogyasztók értelmezése szerint az állítás az elődöntőbe bejutottakra vonatkozik. A két elődöntőt követően az állítás fogyasztó általi értelmezésében szerepet játszott, hogy a versenyzők létszáma lecsökkent, ezt követően a tényleges döntőben már kevesebben voltak érintettek. A miniprogram állítását a fogyasztó február 4. után így kétféleképpen értelmezhetette: az vagy az elődöntőre vagy a döntőre vonatkozhatott.

Az állítás igazoltsága az elődöntők vonatkozásában

76. A vizsgált kereskedelmi kommunikáció egyértelműen nem a versenyben érintett húsz dal, hanem a „résztvevő előadók” vonatkozásában fogalmazta meg azon állítást, hogy a résztvevő előadók felét a Megasztár indította el a siker útján. A résztvevő előadó kategória kétféleképpen értelmezhető: vagy úgy értjük az állítást, hogy a húsz dalt előadó egyéni énekesek vagy együttesek (formációk) felét a Megasztár indította el a siker útján (első értelmezés), vagy úgy értjük, hogy az elődöntőben résztvevő valamennyi zenész előadó felét a Megasztár indította útjára (második értelmezés). Az első értelmezés esetén azt kell tudni igazolni, hogy az elődöntőben szereplő húsz dal közül tíz dal egyéni előadóját vagy együttesét (annak valamennyi tagjával) a Megasztár indította el a siker útján. A második értelmezésben az állítás egyénekre vonatkozik, így azt kell tudni igazolni, hogy az (elő)döntőben szereplő összes zenész – harminchét fő – felét, azaz legalább tizenhét fő a Megasztár indított el a siker útján.
77. Ezen második értelmezés nyilvánvalóan nem igaz, hiszen az eljárás alá vont maga is utal arra, hogy álláspontja szerint tíz előadó sikere köthető a Megasztárhoz. A második állítás valóságát tehát az eljárás alá vont nem igazolta.
78. Az első értelmezés kapcsán kiemelendő, hogy a két elődöntőben szereplők közül kilenc produkció előadói voltak, akik esetében nem merül fel, hogy a Megasztár indította volna

²⁰ Vj-50-37/2012.

el őket a siker útján [Dancs Annamari, Fábíán Juli és a Zoohacker (Palásti Kovács Zoltán), Gallusz Niki és Víz Márton, Gyurcsik Tibor, Kiss Gina, Krisz Rudi, illetve ide sorolandó három együttes is (Anti Fitness Club négy taggal, Monsoon négy taggal, Sophistic három taggal)].

79. A két elődöntőben szereplők közül hét formáció volt az, akik valamelyik Megasztárban helyezést ért el (Kállay-Saunders András, Kökény Attila és Bencsik Tamara, Molnár Ferenc Caramel, Puskás Péter, Tolvai Renáta, Tóth Gabi, illetve ide sorolható Heincz Gábor „Biga”, a Megasztár 3 vigaszágára jutott előadó is).
80. Nem állítható, hogy a Megasztár indította volna el a siker útján a Pál Eszterrel és Pál István „Szalonnával” fellépő Pély Barnát, aki a Megasztár 1-3 zsűrijének volt a tagja, s már azt megelőzően is sikeres előadó volt, de ugyanez állapítható meg Veres Mónika „Nika” esetében is, aki 2008-ban és 2010-ben ugyan a Megasztár vokalistája volt (azzal, hogy az ezen, a nézők előtti ismertséget elő nem segítő minőségben való közreműködés esetében eleve kétséges a vizsgált állítás helytállósága), azonban első albuma már 1999-ben megjelent, ezt követően több zenei fesztiválon lépett fel, 2001-ben eMeRTon-díjat kapott, 2006-ban pedig az 56 csepp vér című musical egyik főszerepét játszotta el, azaz szakmai indulása nem köthető a Megasztárhoz.
81. Nem vitatott, hogy a Compact Disco együttes éneke, Walkó Csaba a Megasztár 3 vigaszágasa volt, az ugyanakkor nem állítható, hogy magát az együttest „a Megasztár indította el a siker útján.”
82. Ugyancsak nem vitatott, hogy a Király testvérek egyike, Viktor a Megasztár 4 győztese volt, azonban a másik két testvér, Linda és Ben kapcsán nem állítható, hogy őket „a Megasztár indította el a siker útján”.
83. Mindezek alapján megállapítható, hogy az elődöntőkben szereplő hét egyéni előadó / formáció előadóit indította el a Megasztár a siker útján, azaz az állítás második értelmezése sem alátámasztott.

Az állítás igazoltsága a döntő vonatkozásában

84. A 2012. január 28-i elődöntőből Caramel, a Compact Disco, Heincz Gábor és Tóth Gabi, a 2012. február 4-i elődöntőből Fábíán Juli és Zoohacker (Palásti Kovács Zoltán), Gyurcsik Tibor, a Király testvérek és Veres Mónika „Nika” jutott tovább.
85. Az első értelmezés szerint az eljárás alá vontnak azt kellett volna igazolnia, hogy a továbbjutott nyolc dal előadója közül négy dal előadóját (egyéni énekest vagy együttest) a Megasztár indította el a siker útján, azonban ez csak három előadó vonatkozásában (Molnár Ferenc Caramel, Tóth Gabi, Heincz Gábor „Biga”) igaz.
86. A második értelmezés kapcsán az eljárás alá vontnak azt kellett volna tudnia igazolni, hogy a 8 dalt előadó 13 fő közül a felét (6 vagy 7 főt) a Megasztár indított el a siker útján. Ez azonban csak öt fő esetén állapítható meg (Molnár Ferenc Caramel, Tóth Gabi, Heincz Gábor „Biga”, Király Viktor, Walkó Csaba)
87. A fentiek alapján az eljáró versenytanács megállapította, hogy „az Eurovíziós Dalfesztivál idei magyarországi döntőjében a résztvevő előadók felét a Megasztár indította el a siker útján” állítás sem az Eurovíziós Dalfesztivál elődöntőibe, sem a nemzeti döntőbe bejutottak vonatkozásában nem felelt meg a valóságnak.
88. Figyelemmel a fentiekre az eljáró versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont a fogyasztók megtévesztésére alkalmas kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor a 2012. január 17. és február 17. között sugárzott ún. MegaPlusz miniprogramjában valótlanul azt állította, hogy az Eurovíziós Dalfesztivál 2012. évi magyarországi döntőjében a résztvevő előadók felét a Megasztár indította el a siker útján. Az eljárás alá vont ezzel

megvalósította az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének b) pontja szerinti magatartást, ezáltal megsértve az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében foglalt tilalmat.

Az eljárás alá vont felelőssége

89. A jelen esetben megállapítható, hogy az eljárás alá vont közvetlen érdekében állt a Megasztár 6 iránti fogyasztói érdeklődés – a Megasztár 6, illetve a TV2 nézettségben megmutató – felkeltése, fenntartása és növelése, s ezáltal a rendelkezésére álló reklámidő minél kedvezőbb feltételekkel történő értékesítése, s így felelősséggel tartozik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért [Fttv. 9. § (1) bekezdés].

Összefoglalás

90. Figyelemmel a fentiekre az eljáró versenytanács a Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján megállapítja, hogy az eljárás alá vont a fogyasztók megtévesztésére alkalmas kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor

- a 2012. január 16. és február 17. között sugárzott ún. MegaPlusz miniprogramjában valótlanul azt állította, hogy a Megasztár minden idők legnézettebb magyar zenés tehetségkutató sorozata,
- a 2012. január 17. és február 17. között sugárzott ún. MegaPlusz miniprogramjában valótlanul azt állította, hogy a Megasztár kezdete óta a hazai könnyűzenei élet közel háromnegyedét a mega-tehetségek adják, illetve hogy az Eurovíziós Dalfesztivál 2012. évi magyarországi döntőjében a résztvevő előadók felét a Megasztár indította el a siker útján.

91. Az eljárás alá vont megvalósította az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének b) pontja szerinti magatartást, ezáltal megsértve az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében foglalt tilalmat.

92. Az eljáró versenytanács a jogsértés megállapításán túlmenően a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése alapján a rendelkező részben meghatározott mértékű bírságot szab ki.

93. A bírság összegét az eljáró versenytanács a Tpv. 78. §-a (3) bekezdésének, illetőleg a GVH Elnökének és a Versenytanács Elnökének 1/2007. számú, a bírság mértékének meghatározásával kapcsolatban kialakult versenytanácsi gyakorlatot rögzítő közleményben (a továbbiakban: Közlemény) foglaltaknak megfelelően állapítja meg, azzal, hogy az eljáró versenytanács szerint a jogsértő kereskedelmi kommunikációk közzétételével kapcsolatos, rendelkezésre álló költségek a jelen esetben nem adnak reális képet a jogsértés súlyáról, ezért az eljáró versenytanács a Közleménytől eltérve a bírság összegének megállapítása során az eljárás alá vont 2012. évi nettó árbevételét tartja szem előtt. E körben utal arra az eljáró versenytanács, hogy nem fogadható el az eljárás alá vont azon álláspontja, mely szerint a jogsértéssel érintett miniprogramok előállítási költségéből indokolt kiindulni, mivel ezen adatok csupán a jogsértéssel érintett kommunikációs eszközök előállítási költségeit fejezik ki, azonban a kérdéses miniprogramok fogyasztókhoz való eljuttatásával kapcsolatos költségekkel kapcsolatban – mely reklámköltségek a Közlemény szerinti szankcionálás alapjai lehetnének - semmiféle támpontot nem adnak.

94. Az eljáró versenytanács súlyosító körülményként értékeli, hogy az eljárás alá vont

- a jogsértő gyakorlattal a fogyasztók széles körét érte el és
- az eljárás alá vont magatartása felróható, nem felel meg a társadalom értékítéletének.

Az első körülményt az eljáró versenytanács csak enyhébb súlyú súlyosító körülményként értékelte arra tekintettel, hogy a jogsértő állításokat tartalmazó miniprogramok döntő többsége főműsoridőn kívüli időpontban - ezen belül is a műsorok fele alacsony nézettségű kora reggeli vagy késő esti időpontokban - került sugárzásra.

Ugyanakkor az eljáró versenytanács sem enyhítő körülményként, sem a súlyosító körülmény súlyát csökkentő tényezőként nem tudta elfogadni eljárás alá vont azon indokát, mely szerint a kifogásolt állítások csupán egy hónapig, csak 53 alkalommal és csak a TV2 csatornán lettek sugározva. Egy országos kereskedelmi csatornán történő intenzív, 53 alkalommal történő sugárzás önmagában valószínűsíti, hogy a kérdéses kommunikáció a fogyasztók széles köréhez juthatott el, ennek nem többletfeltétele az, hogy más médiumokban is megjelenjen az adott kommunikáció. A kifogásolt kommunikációk közzétételének rövid időtartama pedig nem enyhítő körülmény, csupán a hosszabb időszakon keresztül közzétett kommunikáció súlyosító körülményként való értékelésének kizárását alapozza meg.

Eljárás alá vont felróhatóságának hiányát, jóhiszeműségét az eljáró versenytanács szintén nem látta megalapozottnak tekintettel arra, hogy eljárás alá vont az általa tett állítások valóságtartalmát egyik értelmezési mód tekintetében sem igazolta semmilyen módon.

95. Az eljáró versenytanács kiemelten jelentős súlyú enyhítő körülményként vette figyelembe, hogy az eljárás alá vont a jogsértés elkövetését elismerte, amire tekintettel a bírság alapösszegeként meghatározott és súlyosító körülményekkel növelt bírság jelentős mérséklését tartotta indokoltnak.
96. Végezetül az eljáró versenytanács a fentieknek megfelelően kalkulált bírságösszeget megvizsgálta abból a szempontból, hogy az – figyelemmel az ügy összes körülményeire – kellő mértékű elrettentő erőt képvisel-e, és erre tekintettel nem tartotta szükségesnek a bírság korrekcióját.

VII.

Egyéb kérdések

97. Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a GVH jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.
98. Az Fttv. 11. §-a (2) bekezdésének a) pontja szerint a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha a kereskedelmi gyakorlat országos médiaszolgáltatást végző médiaszolgáltatón keresztül valósul meg.
99. Az eljáró versenytanács megállapította a GVH hatáskörének jelen ügybeni fennálltát. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat alkalmas volt a gazdasági verseny érdemi befolyásolására, tekintettel arra, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlat országos médiaszolgáltatást végző médiaszolgáltatón keresztül valósult meg [Fttv. 11. § (2) bekezdés a) pont].
100. A Gazdasági Versenyhivatal illetékessége a Tpv. 46. §-án alapul.
101. A bírságot a határozat kézhezvételétől számított harminc napon belül kell megfizetni, függetlenül attól, hogy a határozattal szemben keresetet terjesztenek-e elő.
102. A Polgári perrendtartásról szóló 1952. évi III. törvény 332. §-a (2) bekezdésének a) pontja szerint a keresetlevél benyújtásának a végrehajtásra nincs halasztó hatálya, a felperes azonban a keresetlevélben a végrehajtás felfüggesztését kérheti. A végrehajtást a kérelem elbírálásáig a Versenytanács nem foganatosíthatja.
103. A bírságnak a GVH 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételi számlája javára történő befizetésekor a közlemény rovatban feltüntetendő
– az eljárás alá vont neve,

- a versenyfelügyeleti eljárás száma,
 - a befizetés jogcíme (bírság).
104. A Ket. 140. §-ának (1) bekezdése értelmében a végrehajtást megindító hatóság vagy a bíróság függesztheti fel a végrehajtást. A Ket. 140. §-ának (3) bekezdése szerint a végrehajtást megindító hatóság a kötelezett kérelmére kivételesen akkor függesztheti fel a végrehajtást, ha a kötelezett a felfüggesztésre okot adó, méltányolható körülményt igazolta, és a kötelezettet a végrehajtási eljárás során korábban nem sújtották eljárási bírsággal.
105. A Ket. 132. §-ának (1) bekezdése szerint a pénzfizetési kötelezettségének határidőre eleget nem tevő késedelmi pótléket köteles fizetni. A (2) bekezdés szerint a késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része.
106. A bírság és a késedelmi pótlék meg nem fizetése esetén a GVH megindítja a határozat végrehajtását. Az eljáró versenytanács tájékoztatja a kötelezettet, hogy a Tpv. 90/A. §-ának (1) bekezdése alapján a GVH által kiszabott, teljesítési határidőben meg nem fizetett bírság (valamint a meg nem fizetett bírság után felszámítandó és meg nem fizetett késedelmi pótlék) behajtása iránt a GVH a végrehajtási eljárás megindítását követően haladéktalanul megkeresi az adóhatóságot.
107. Az eljárást befejező döntést a Tpv. – Fttv. 27. §-ának (1) bekezdése alapján az Fttv. körében is alkalmazandó – 63. §-a (2) bekezdésének a) pontja szerint a vizsgálat elrendelésétől számított három hónapon belül kell meghozni; az ügyintézési határidő azonban ugyanezen szakasz (6) bekezdése szerint indokolt esetben két alkalommal, egyenként legfeljebb két hónappal meghosszabbítható. A Ket. 33. §-a (3) bekezdésének c) pontja alapján a tényállás tisztázásához szükséges adatok közlésére irányuló felhívástól az annak teljesítéséig terjedő idő az ügyintézési határidőbe nem számít be. Mindezekre tekintettel az ügyintézési határidő 2013. április 15-én telik le.
108. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 83. §-ának (1) bekezdése biztosítja.

Budapest, 2013. március 27.

dr. Miks Anna sk.

előadó versenytanácsstag

dr. Szoboszlai Izabella sk.
versenytanácsstag

Váczai Nóra sk.
versenytanácsstag

I. sz. melléklet

a) a Megaplusz miniprogram 1. sugárzásának időpontjai

[üzleti titok]	[üzleti titok]
----------------	-------------------

b) a Megaplusz miniprogram 5. sugárzásának időpontjai

[üzleti titok]	[üzleti titok]
----------------	-------------------