



**Magyar Reklámszövetség és társszövetségei sajtóközleménye**

**Tárgy: Reklámadó**

**A reklámpiar képviselőiben a Magyar Reklámszövetség a kormány reklámadó fenntartására vonatkozó szándékát elutasítja, az adó mértékének emelését a médiapiac működését alapjaiban veszélyeztető, valós nemzetgazdasági előnyököt nem hordozó lépésnek tekinti**

*Budapest, 2017. május 3. - Kósa Lajos, a Fidesz frakcióvezetője mai sajtótájékoztatóján bejelentette, hogy a tervezett 9 százalék helyett 7,5 százalék lesz a reklámadó mértéke, melyet addig akarnak fenntartani „amíg nem teljesítik azt az európai uniós kötelezettséget, amely a korábban a költségvetésbe befolyt reklámadóbevételek visszafizetését írja elő.”. Az MTI híre szerint ez négy évig tarthat, s a visszafizetés után a reklámadót "újra lehet gondolni".*

**A Magyar Reklámszövetség és társszövetségei fenntartják eddigi álláspontjukat, hogy a reklámadót haladéktalanul meg kell szüntetni. Ezzel összhangban a reklámadó mértékének emelését elutasítják. Az árbevételre vetített rendkívül magas adókulcs már 2018-tól a jelenlegi profitrátáknál nagyobb terhelés-növekedést okozna a piaci alapokon működő médiumoknál, ezzel veszteséges működésre, vagy érdemi költség-, és ezáltal színvonal- vagy szolgáltatás csökkentésre kényszerítené őket. Mindez az MRSZ által korábban is hivatkozott reklámgazdasági hatástanulmány szerint a teljes nemzetgazdaságot hátrányosan érinti. A tervezet elfogadásának tehát várhatóan egyaránt vesztesei lesznek a szabad médiapiac szereplői, a társadalom egésze és a kormányzat is, míg egyedüli nyertesei a reklámadó-fizetési kötelezettségek alól de facto eddig is mentesülő globális szereplők lesznek. A hazai kiadók ezt az indokolatlan versenyhátrányt nem képesek ellensúlyozni, éppen ezért nem is tudják tolerálni, az ellen a jövőben minden lehetséges fórumon fel kívánják emelni szavukat. Ugyanakkor a közterületi médiát további különadó is terheli, így a megemelkedett reklámadóval együttesen ez a szegmens szinte ellehetetlenül.**

A bejelentés részeként a kormány kifejezte szándékát a reklámadó hosszú távon való kivezetésére. Ezt a nyitottságot, valamint a Digitális Jólét program előkészítése során tapasztalt piacfejlesztő szándékot értékelve a hazai reklámszakma képviselőiben a Magyar Reklámszövetség ismételten együttműködésre kéri a kormányt. Ennek célja a teljes reklámbevételekre vetített reklámadó kulcsának radikális, 7,5%-ra emelése helyett az adó nem mielőbbi kivezetése, valamint a hazai tartalomszolgáltatók és reklámpiar versenyképességét fokozó szabályozási környezet megteremtése.

Urbán Zsolt, a Magyar Reklámszövetség elnöke kiemelte: „Amennyiben ez a kormányzati vállalás valós, akkor az iparágnak ismernie kell, hogy a kormány milyen módon látja megvalósíthatónak a reklámadó haladéktalan kivezetését.” Hozzátette: „Még pontos törvénytervezetet nem láttunk, de az MRSZ a hazai gazdaság érdekeivel ellentétesnek látja a reklámadó létét, ugyanakkor előre mutatónak tartja, hogy a kormány a reklámadó megjelenése óta először tett az adónem kivezetésére vonatkozó kijelentést.”

**A kommunikációs iparág szakmai szervezetei a reklámadó napirendre kerülése óta egységesen fejezik ki tiltakozásukat a reklámadó koncepciójával kapcsolatban. A szakmai szervezetek továbbra is együttesen képviselik azt az álláspontot, hogy a reklámadó káros a teljes gazdaságra, annak emelése elfogadhatatlan, és kéri a kormányt a reklámadó kivezetésének iparági egyeztetésére:**

Magyar Reklámszövetség

Direkt- és Interaktív Marketing Szövetség

Helyi Rádiók Országos Egyesülete

IAA Magyar Tagozat

IAB Hungary

Magyar Elektronikus Műsorszolgáltatók Egyesülete

Magyar Lapkiadók Egyesülete

MRSZ OOH Tagozat

Magyarországi Kommunikációs Ügynökségek Szövetsége

Magyarországi Tartalomszolgáltatók Egyesülete

Magyar Marketing Szövetség

Professzionális Piackutatók Társasága

**További információ:**

Fülöp Szilvia

*főtitkár*

Magyar Reklámszövetség

*Mobil: +36 70 333 2 555*

fulop.szilvia@mrsz.hu

info@mrsz.hu