



Magyar Reklámszövetség és társszövetségei sajtóközleménye

A kormány a reklámadó 9%-ra emelésével egyértelműen hadat üzent a hazai média iparnak

Budapest, 2017. március 29. - A kormány [az Európai Bizottság 2016. november 4-i határozatára](#) és [az Európai Bíróság március 24-i végzésére](#) reagálva tegnap benyújtotta azt [törvénytervezetet](#), amely szerint az eddigi 5,3% helyett idén január 1. és május 31. között 0% lesz a reklámadó mértéke, majd június elsejétől 9%-ra emelkedik az adóteher. A Magyar Reklámszövetség és társszövetségei fenntartják eddigi álláspontjukat, hogy a reklámadót meg kell szüntetni, mert nem csak az iparágra káros, hanem a teljes magyar gazdaságra is, mint ahogyan ezt korábban az MRSZ reklámgazdasági [hatástanulmánya](#) is alátámasztotta.

A kormány intézkedése ellehetetleníti a piaci keretek között Magyarországon működő médiavállalatokat

A Magyar Reklámszövetség és társszövetségei véleménye szerint a kormány ezzel a lépéssel teljes mértékben megfosztja a hazai kommunikációs iparágat a növekedési lehetőségeitől, sőt életképességüket is veszélyezteti, ugyanakkor a globális szereplők számára további versenyelőnyt biztosít. A 2016-os reklámköltési adatok alapján látható, hogy egyedül az online hirdetési piac tudott 9% feletti növekedést felmutatni, míg az összes többi kommunikációs csatorna 9% alatti növekedést realizált.

A PWC 2016-ban elkészített reklámgazdasági hatástanulmányából jól látható, hogy a hazai egy főre jutó reklámköltések elmaradnak akár a régiós, akár a vizsgált 28 ország átlagától. A szövetségek számára érthetetlen a kormány javaslata, különös tekintettel arra, hogy a tanulmány világosan rámutatott, hogy a reklám nagyban hozzájárul az ország gazdasági teljesítőképességéhez.

A 9%-os reklámadó egyértelműen kigazdálkodhatatlan a magyar médiavállalatok számára, így ez az intézkedés vagy mesterséges áremelkedést idézne elő, amelyet egyértelműen a termékeket és szolgáltatásokat hirdető vállalatok fognak megfizetni, amely így végső soron a fogyasztókat is érinteni fogja; vagy az elsősorban nem állami hirdetési bevételekből hanem a még piaci alapon létező média vállalatok ellehetetlenüléséhez vezetne.

A szövetségek nem csak a kommunikációs iparág számára tartják elfogadhatatlannak az intézkedést, hanem teljességgel érthetetlennek tartják, hogy a kormányzat a saját gazdaságpolitikai céljával szemben az adó bevezetésével infláció gerjesztő hatást vált ki.

Az MRSZ és társszövetségei ismételten kérik a kormányt a szakmai egyeztetésre, és magyarázatot várnak a 9%-os adókulcs mértékére vonatkozóan.

A kommunikációs iparág szakmai szervezetei a reklámadó napirendre kerülése óta egységesen fejezik ki tiltakozásukat a reklámadó koncepciójával kapcsolatban. A szakmai szervezetek továbbra is együttesen kérik a kormányt, hogy fontolja meg a reklámadó teljes megszüntetését:

Magyar Reklámszövetség

Direkt- és Interaktív Marketing Szövetség

Helyi Rádiók Országos Egyesülete

Interactive Advertising Bureau 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