



Budapest, 2015. szeptember 3.

## Szakértői vélemény a reklámtevékenység alapvető feltételeit és korlátait rögzítő 2008. évi XLVIII. törvény módosítása által érintett egyes kérdésekben

2015. június 18-án a Magyar Közlöny 84. számában kihirdették a Magyarország 2016. évi központi költségvetésének megalapozásáról szóló 2015. évi LXXII. törvényt („Módosító törvény”), amely 10. pontjában rendelkezik a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeit és korlátait rögzítő 2008. évi XLVIII. törvény („Reklámtörvény<sup>1</sup>”) módosításáról. A jelen összefoglalónk célja az, hogy véleményt nyilvánítsunk a bevezetett módosítások sarkalatos főbb kérdéseivel kapcsolatban.

A lenti válaszok saját értelmezésünket tükrözik a jelenlegi ismereteink alapján tekintettel arra, hogy ez egy új jogszabály és hatósági értelmezés, iránymutatás még nem áll rendelkezésre. Nem tudjuk teljes mértékben kizárni, hogy a jogalkotó vagy a magyar hatóságok valamelyike a lenti megállapításainkkal ellentétes álláspontra helyezkedjen.

- 1** **Lehetnek-e a médiaügynökségek a továbbiakban kétoldalú szerződéses kapcsolatban a médiákkal a médiafelület megvásárlása céljából. Ez esetben a reklámozó köteles-e a Módosító törvény 52. par 5/C. § (3) bekezdésében rögzített 15%-os reklámközvetítői díj megfizetésére az ügynökségeknek?**

A Módosító törvény kifejezetten tiltó rendelkezést nem tartalmaz a tekintetben, hogy a médiaügynökségek, akik a Reklámtörvény értelmében reklámközvetítőnek illetve reklámszolgáltatónak is minősülhetnek, ne állhassanak kétoldalú szerződéses kapcsolatban a médiafelület megvásárlása céljából a médiákkal, akik a Reklámtörvény értelmében a reklám közvétevőjének minősülnek.

A Módosító törvény azzal, hogy a Reklámtörvény hatályát kiterjeszti a reklámközvetítési tevékenységre - amelyet a törvény úgy definiál, mint a „reklámozóval kötött közvetítői szerződés alapján, a reklám közzétételére irányuló szerződés megkötésének elősegítésére irányuló tevékenység, ide nem értve a reklámszolgáltatási tevékenységet” – arra vonatkozóan vezet be rendelkezéseket, hogy a reklámozó és a reklámközvetítő közötti reklámközvetítési szerződésnek, illetve a reklámozó és a reklám közvétevője közötti reklám közzétételére irányuló szerződésnek milyen kötelező tartalmi elemekkel (is) kell bírnia.

Vagyis azon túl, hogy a Reklámtörvény azt feltételezi, hogy a reklámközvetítési tevékenység kapcsán létre kell jönnie egy reklámközvetítési szerződésnek (a reklámozó és a reklámközvetítő között), illetve megkötésre kell kerülnie egy reklám közzétételére irányuló szerződésnek (a reklámozó, vagy az általa - a szerződés nevében történő megkötésére - felhatalmazott reklámközvetítő és a reklám közvétevője által), nem tiltja, hogy a reklámközvetítő médiaügynökség és a reklám közvétevő média kétoldalú szerződéses kapcsolatban álljon. Ezt az

---

<sup>1</sup> A jelen vélemény a Reklámtörvény 2015. július 4. napjától hatályos szövegét elemzi.

álláspontot erősíti a Reklámtörvény 5/B. § (5) bekezdésének szövege is, amely akkor, amikor előírja, hogy a reklám közzevőjének (vagy a médiahirdetési felületértékesítőnek) kinek a nevére kell kiállítania a számlát a reklám közzétételére irányuló szerződés alapján, nem nevesíti egyértelműen a reklámozót, hanem szerződő felet említ (aki adott esetben lehet a reklámközvetítő is). Ugyanígy jár el a Reklámtörvénynek a kapott árengedményt szabályozó 5/C. § (1) bekezdés és (2) bek. a) és b) pontja is akkor, amikor előírja, hogy a kapott árengedményt a reklámközvetítő köteles teljes mértékben a reklámozó javára érvényesíteni. Vagyis a Reklámtörvény abból a feltételezésből indul ki, hogy a reklámközvetítők nemcsak reklámközvetítési tevékenységre vonatkozó díjban részesülhetnek, hanem azon felül a reklám közzevője vagy a médiahirdetési felületértékesítő részéről részesülhetnek –árengedményben is, ami szintén csak valamilyen szerződéses jogviszony alapján lehetséges.

Vizsgálendő az is, hogy magát a reklám közzétételére irányuló szerződést kötheti-e közvetlenül a reklámozó helyett a reklámközvetítő a médiákkal. A Reklámtörvény 5/A. §-a kimondja, hogy a reklámközvetítői szerződésekre a Ptk. közvetítői szerződésre vonatkozó rendelkezéseit a Reklámtörvényben foglalt eltérésekkel kell alkalmazni. A Ptk. rendelkezései szerint a közvetítői szerződés alapján a közvetítő a megbízójának harmadik személyekkel kötendő szerződések elősegítésén/közvetítésén túl a megbízó nevében történő megkötésére csak tartós megbízás esetén jogosult. A Reklámtörvény 5/B. § (2) bekezdése is úgy rendelkezik, hogy a reklámközvetítő a reklám közzétételére irányuló szerződésnek a reklámozó nevében történő megkötésére, annak módosítására és a teljesítés elfogadására abban az esetben jogosult a reklámozó helyett, de annak nevében, ha ebben a reklámközvetítői szerződésben a felek megállapodtak.

Mindemellett a Reklámtörvény 5/B. § (2) bekezdésén túl nem mondja ki azt, hogy a reklámközvetítő a reklám közzétételére irányuló szerződést bizományosi konstrukcióban – vagyis saját nevében, de a reklámozó javára – vagy más jogcímen (pl. mint alvállalkozó vagy megbízott) ne köthetné meg.

Álláspontunk szerint a Módosító törvény két fő célja - miszerint (1) a reklámközvetítő a reklámozó részéről a reklám közzétételi díja 15%-ának megfelelő mértékű fix díjra jogosult, illetve (2) a kapott árengedmény a reklámozó javára teljes mértékben visszajuttatandó -, olyan szerződéses konstrukciókban is érvényesülni tud, amelyben a médiaügynökség (mint reklámközvetítő) és a médiák (mint reklám közzevők) is szerződéses kapcsolatban állnak, így ez nem lehet ellentétes a jogalkotó szándékkal. Az egyéb szerződéses konstrukciók alkalmazása azonban nem zárhatja ki azt, hogy ezen jogalkotói célok ne érvényesüljenek, így a reklám közzétételek után a médiaügynökség jogosult kell maradjon a 15%-os reklámközvetítői díjra a Módosító törvény rendelkezéseinek kötelező alkalmazása időpontját követően. Az egyértelműség kedvéért a médiaügynökségek ezen jogosultsága egyidejűleg kötelezettséget is teremt a reklámozók oldalán a 15%-os reklámközvetítői díj megfizetésére az ügynökségeknek.

**2 Állíthatja-e ki a továbbiakban a számlát a média (a reklám közzevő vagy a médiahirdetésfelület-értékesítő) a médiaügynökség nevére és ez esetben alkalmazható-e a Módosító törvény 52 par 5/C. §-ának feltételrendszere az ügynökségre**

Megfelelő szerződéses kapcsolat esetén az érintett médiával (reklám közzevővel vagy a médiahirdetési felületértékesítővel), amit a fentiekben leírtak szerint a Reklámtörvény nem zár ki, a médiaügynökség nevére is állítható ki számla. Álláspontunk szerint a Módosító törvény 52 par 5/C. §-ának feltételrendszere ez esetben is alkalmazandó az ügynökségre.

**3 Kötelező-e módosítani az ügyfélszerződéseket a hatálybalépést követően, de legkésőbb szeptember 30-ig, vagy a törvényben meghatározott feltételek az egyedi szerződések módosítása nélkül is alkalmazandók?**

A Módosító törvény kimondja, hogy annak 50.-52. §-ai (amelyek – többek között - a Reklámtörvény új 5/A-5/F. §-ait állapítják meg) a Módosító törvény kihirdetését követő 16. napon lépnek hatályba, azaz július 4-én. A Módosító törvény 53. §-a azonban azt is kimondja, hogy a Módosító törvény hatálybalépésekor (azaz 2015. június 19. napján) fennálló szerződéseket legkésőbb 2015. szeptember 30-ig kell a Reklámtörvénynek a Módosító törvénnyel megállapított rendelkezései szerint módosítani.

Nem tartjuk kizártnak azt az értelmezést, hogy a Módosító törvénnyel bevezetett változások érvényesülését a jogalkotó és a hatóságok 2015. július 4. napjától fogják elvárni tekintettel arra, hogy az egyedi szerződésekben foglalt rendelkezéseket az azzal ellentétes kógens jogszabályi rendelkezések felülírják a jogforrási hierarchia szabályai szerint. Ugyanakkor egy ilyen értelmezés mellett okafogyottá válna az az előírás, hogy a már hatályban lévő szerződéseket szeptember 30-ig legkésőbb a Módosító törvénnyel megállapított rendelkezések szerint módosítani kell, hiszen a jogszabályi rendelkezések július 4-től történő kötelező alkalmazása mellett egy ilyen szerződésmódosítás formasággá válik. Ilyen esetben jogszabályi előírás hiányában is a felek érdekében állna egy ilyen szerződésmódosítás implementálása, annak céljából, hogy egyértelműen rendezzék a köztük fennálló elszámolási és szerződéses viszonyokat.

A jogalkotó akkor teremtett volna egyértelmű helyzetet, ha a fenti kötelező szerződésmódosításra vonatkozó rendelkezésen túl azt is kimondja, hogy ezáltal a Reklámtörvénynek a Módosító törvénnyel megállapított rendelkezéseit a Módosító törvény hatálybalépésekor fennálló szerződésekre legkésőbb 2015. október 1. napjától vagy olyan azt megelőző időponttól kell alkalmazni, amikor a szerződést a Módosító törvénnyel megállapított rendelkezések szerint módosították.

Álláspontunk szerint kötelező módosítani az ügyfélszerződéseket a hatálybalépést követően, de legkésőbb szeptember 30-ig, és a Módosító törvény hatálybalépésekor fennálló szerződésekre a Reklámtörvénynek a Módosító törvénnyel megállapított rendelkezései ezen szerződésmódosítás időpontjától alkalmazandók. Ezt a pontot azonban kockázatosabbnak ítéljük hatósági értelmezés szempontjából mint a megelőző kérdésekre adott válaszainkat.

**Mely szerződésekre vonatkozik a módosítási kötelezettség?**

Álláspontunk szerint valamennyi olyan szerződésre vonatkozik a módosítási kötelezettség, amely a Módosító törvénnyel megállapított rendelkezésekkel ellentétes vagy hiányos szabályozást tartalmaz, így különösen a reklámközvetítői tevékenység kapcsán szabályozza a reklámozó által a reklámközvetítő ügynökségeknek fizetendő díjazást, illetve szabályozza a reklám közzétevője által a médiahirdetési felületértékesítő, a reklámközvetítő vagy a reklámozó részére fizetendő árengedményt.

**Amennyiben az ügyfélkiszolgálás olyan szerződéses rendszer alapján történik, hogy egy keretszerződés alapján egyes megjelenésekre egyedi szerződések kerülnek az ügyféllel megkötésre, mikortól kell alkalmazni az új feltételeket az egyedi szerződésekre?**

Amennyiben a keretszerződések a főbb kérdésekben kellő részletességgel szabályozzák a szerződő felek viszonyát ideértve a díj illetve árengedmény fizetését is és az egyedi szerződések

kizárólagosan olyan reklámmegjelenést érintő limitált kérdéseket szabályoznak, amelyek önmagukban az alapul fekvő keretszerződés rendelkezései nélkül nem minősülnek a felek jogviszonyát szabályozó önálló szerződéseknek, akkor ezek az egyedi szerződések egyértelműen osztani fogják a (Módosító törvény hatálybalépésekor fennálló) keretszerződés sorsát. Ebben az esetben az új feltételeket az egyedi szerződésekre attól az időponttól kell alkalmazni, amikor az alapul fekvő keretszerződést a Módosító törvénnyel megállapított rendelkezések szerint módosították.

#### **4 Alkalmazandó-e a törvényben meghatározott 15% fix díjtétel**

- a. a hatálybalépés előtt megrendelt, de a hatálybalépést követően és az ügyfélszerződések módosításának dátuma (legkésőbb szeptember 30) előtti teljesítésekre?**

A fenti álláspontunk szerint a Módosító törvény hatálybalépésekor fennálló szerződésekre a Reklámtörvénynek a Módosító törvénnyel megállapított rendelkezései a törvény alapján előírt szerződésmódosítás időpontjától alkalmazandóak, így a 15% fix díjtétel ez esetben nem alkalmazandó.

- b. a hatálybalépést követően, de a szerződésmódosítás előtt megrendelt és teljesített szerződésekre?**

A fenti álláspontunk szerint a Módosító törvény hatálybalépésekor fennálló szerződésekre a Reklámtörvénynek a Módosító törvénnyel megállapított rendelkezései a törvény alapján előírt szerződésmódosítás időpontjától alkalmazandóak, így a 15% fix díjtétel ez esetben nem alkalmazandó.

- c. a hatálybalépést követően, de a szerződésmódosítás előtt megrendelt és a szerződésmódosítást követő teljesítésű megjelenésekre?**

Tekintettel arra, hogy a Módosító törvénnyel megállapított jogkövetkezmények nem az egyes megbízások/ reklámmegjelenések teljesítéséhez kapcsolódnak, hanem az alapul fekvő szerződés fennállásához és a kapott árengedmény realizálásához vagy reklám közzétételi díj megfizetése idejéhez, így álláspontunk szerint a 15%-os díjtétel ebben az esetben alkalmazandó.

#### **5 Alkalmazandó-e a kapott árengedmény átadási kötelezettsége? A kötelezettség alapja az árengedmény alapját képző teljesítés dátuma, az árengedmény átadásának / számlázásának dátuma, vagy a pénzügyi teljesítés dátuma?**

Álláspontunk szerint a kapott árengedmény átadási kötelezettsége az adott reklám közzétételére irányuló szerződés vonatkozásában attól az időponttól kötelezően alkalmazandó, amikortól a Módosító törvénnyel megállapított rendelkezések az adott szerződésre alkalmazandóak; vagyis új szerződések esetében 2015. július 4. napjától illetve a fennálló szerződések esetében a törvény alapján előírt szerződésmódosítás időpontjától de legkésőbb 2015. szeptember 30-tól (lásd a Reklámtörvénynek a Módosító törvénnyel megállapított rendelkezéseinek a Módosító törvény hatálybalépésekor fennálló szerződésekre történő alkalmazása kérdésében a fenti 3 pont alatt kifejtett álláspontunkat).

Noha a Reklámtörvény rendelkezései e tekintetben sem egyértelműek, véleményünk szerint a kötelezettség alapja az árengedmény alapját képező reklámmegjelenés teljesítésének dátuma, tekintettel arra, hogy az árengedmény is (nem a megrendelések leadása időpontja alapján hanem) ezen teljesítés alapján realizálódik az adott teljesítési időszak vonatkozásában, csak egy későbbi időpontban. Ugyanígy a számlázás dátumát és az azt követő pénzügyi teljesítés dátumát is a reklámmegjelenés teljesítésének időpontja alakítja.

Az átadási kötelezettség tehát a Módosító törvénnyel megállapított rendelkezéseknek az adott szerződésre történő kötelező alkalmazandóságát követő időszakban teljesített reklámmegjelenések vonatkozásában felmerülő (adott esetben arányosított) árengedmény tekintetében, annak realizálásakor áll fenn.

**6 A Módosító törvény tiltja-e az AVB (Agency Volume Bonus), vagy bármely éves volumenhez kötött visszatérítés, kedvezmény (árengedmény) adását a médiaközvetítő részéről a reklámozó részére?**

Úgy értjük, hogy a jelenlegi kereskedelmi gyakorlat szerint az ügynökségek AVB-t kaptak egyes médiumoktól a legtöbbször egy éves időszakra előre vállalt médiavásárlási volumeneik teljesítése függvényében. A vállalt volumenek teljesítésébe beleszámít az ügynökségek által valamennyi ügyfelük részére vásárolt megjelenések volumene összevontan. A fentiek szerinti AVB álláspontunk szerint a Reklámtörvény értelmében utólagos árengedménynek minősül.

A Reklámtörvény nem ad részletes útmutatást a tekintetben, hogy mit ért árengedmény alatt, nem támaszt kritériumokat az árengedmény fizetésének jogcímére, módjára vagy gyakoriságára nézve. Így bármely éves volumenhez kötött visszatérítés, bonusz vagy kedvezmény is ugyanígy árengedménynek minősül. A Módosító törvény nem tartalmaz tiltó rendelkezést, így nem tiltja AVB, vagy bármely éves volumenhez kötött visszatérítés, kedvezmény (árengedmény) adását a médiaközvetítő részéről a reklámozó részére. A Reklámtörvény 5/C. (1) és (2) bekezdései pont azt mondják ki, hogy a reklámközvetítő a reklám közvétezőjétől – feltételezve valamilyen szerződéses kapcsolatot a felek között - kizárólag árengedményt fogadhat el (míg ajándékot, egyéb vagyoni előnyt vagy más juttatást nem), amely kapott árengedményt viszont a reklámközvetítő köteles a reklámozó javára teljes mértékben érvényesíteni.

**A Módosító törvény tartalmaz-e rendelkezést az árengedmény nyújthatóságának módjára, alapjára és esedékességére? Amennyiben nem, úgy az nyújtható-e eseti reklámmegjelenésekre vonatkozó számlákon felül időszaki (pl. ¼-1/2 éves utólagos elszámolással) alapon?**

A Módosító törvény nem tartalmaz rendelkezést az árengedmény nyújthatóságának módjára, alapjára és esedékességére. Következésképpen a felek szabadok annak meghatározásában, hogy milyen feltételekkel és gyakorisággal nyújtanak árengedményt, vagyis álláspontunk szerint árengedmény nyújtható eseti reklámmegjelenésekre vonatkozó számlákon felül időszaki alapon is mindaddig, amíg a reklámozó javára érvényesítik a folyamat végén.