



Sajtóközlemény

Budapest, 2015. szeptember 3.

Piaci összefogás az egységes és követhető jogértelmezésért

A gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvényt 2014. július 4-i hatállyal módosította a Magyarország 2016. évi központi költségvetésének megalapozásáról szóló 2015. évi LXXII. törvény. Tekintettel arra, hogy az új szabályok teljes egészében, ráadásul mindössze 16 nap átmeneti időt biztosítva alapjaiban írták át a reklámpiac eddigi évtizedes működését, valamint arra, hogy mindezt néhol pontatlan és kétértelmű fogalmakkal és rendelkezésekkel teszi, a reklámpiacon bizonytalanság alakult ki.

A piaci tisztánlátás és a jogértelmezésből adódó működési korlátok leküzdése érdekében a Magyarországi Kommunikációs Ügynökségek Szövetsége (MAKSZ), a Magyar Reklámszövetség (MRSZ) és a Magyar Elektronikus Műsorszolgáltatók Egyesülete (MEME) és az IAB Hungary összefogásával, valamint vezető jogászok, jogtanácsosok és nemzetközi adótanácsadók bevonásával elkészített és egyeztetett egy az új jogszabályok értelmezését segítő dokumentumot.

A mellékelt anyag egybecseng az érdekképviselői szervezetek, szövetségek véleményével és az alábbi legfontosabb tisztázó pontokat tartalmazza. (Itt nem térünk ki az egyértelmű pontokra valamint az olyan elemekre, amelyek értelmezésében több verzió is lehetséges, de nem alapjaiban határozzák meg a piac működését.):

A reklámtörvényt módosító rendelkezések 2015. július 4-től hatályosak, azzal, hogy a 2015. június 19. napjáig már megkötött szerződések szeptember 30-ig kell annak megfelelően módosítani.

A reklámközvetítő (médiaügynökség) akkor szerződhet reklámközvetítővel (médiatulajdonossal), ha arra a reklámozó (ügyfél) kifejezetten, a közöttük létrejött szerződésben felhatalmazza. Azaz a médiaügynökségek továbbra is közvetlen szerződéses kapcsolatban állhatnak a médiatulajdonosokkal, amennyiben a reklámközvetítésre irányuló szerződésben az ehhez elengedhetetlen jóváhagyással bírnak az ügyfeleiktől.

Mindez igaz a számlázás és számlabefogadás kapcsán is, azaz ha egy reklámközvetítő (médiaügynökség) a fentiek szerint jogosult volt a reklámközvetítővel (médiatulajdonossal) történő szerződéskötésre, úgy a számlát a részére kell kiállítani, annak megfizetése őt terheli, majd a transzparencia biztosítása és az összes, általa kapott árengedmény átadása mellett azt jogosult és köteles a reklámozó (ügyfél) részére továbbszámolni.

Az új szabályok szerint az időszakos, mennyiségi vállaláshoz kötött kedvezmények, bónuszok (pl. AVB), továbbra is fennmaradhatnak, azokat, mint árengedményt kell átadni a reklámozó részére.

A reklámközvetítőket – függetlenül attól, hogy a szerződéskötésre saját nevükben jogosultak-e vagy sem – amennyiben a reklámozó és reklámközvetítő közötti eljárásban, a reklám közzétételére irányuló szerződés megkötésének elősegítésére vonatkozó tevékenységet nyújtanak (így pl. tervezéssel, áralkuval, vásárlással kapcsolatos tanácsadással közreműködtek a szerződéskötés



elősegítése érdekében), a reklámozótól a reklám közzétételi díjának 15%-ára jogosultak. A médiaügynökségeknek, mint reklámközvetítőknek tehát a reklámközvetítési tevékenységre vonatkozóan az ügyfelek egységesen 15%-os díjat kötelesek fizetni.

További információ:

Fülöp Szilvia

Főtitkár

Magyar Reklámszövetség

06 70 333 2 555

fulop.szilvia@mrsz.hu