

**MAGYAR KÖZTÁRSASÁG KORMÁNYA**

**T/1139. számú**

**törvényjavaslat**

**a gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII.  
törvény módosításáról**

**Előadó: Dr. Kóka János  
gazdasági és közlekedési  
miniszter**

Budapest, 2006. október

# 2006. évi ... törvény

## a gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény módosításáról

### 1. §

A gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény (a továbbiakban: Grtv.) 1. §-a helyébe a következő rendelkezés lép:

„1. § E törvény hatálya a természetes és jogi személynek, valamint jogi személyiség nélküli gazdasági társaságnak – ideértve a külföldi székhelyű vállalkozás magyarországi fióktelepét is – (a továbbiakban együtt: vállalkozás) reklámozóként, reklámszolgáltatóként vagy reklám közzétevétként végzett gazdasági reklámtevékenységére, valamint a szponzorálásra terjed ki.”

### 2. §

A Grtv. 2. §-a a következő x) ponttal egészül ki:

*[E törvény alkalmazásában:]*

„x) Szponzorálás: minden olyan hozzájárulás valamely rendezvényhez, tevékenységhez, továbbá – rendezvénnyel vagy tevékenységgel összefüggésben – valamely személy számára, amelynek célja, illetve közvetlen vagy közvetett hatása valamely áru vásárlásának vagy igénybevételeének ösztönzése.”

### 3. §

A Grtv. 13. §-a a következő (5) bekezdéssel egészül ki:

“(5) Nem nyújtható szponzorálás dohányárura vonatkozóan olyan rendezvényhez illetve tevékenységhez, amely az Európai Gazdasági Térség több államát érinti vagy azokban zajlik, vagy más módon határokon átnyúló hatással rendelkezik.”

### 4. §

A Grtv. 14. §-a a következő (4) bekezdéssel egészül ki:

„(4) A 13. § (5) bekezdésében foglalt rendelkezések megsértéséért a szponzorálást nyújtó és a szponzorálást elfogadó vállalkozás egyaránt felelős.”

## 5. §

A Grtv. 16. §-a a következő (7) bekezdéssel egészül ki:

„(7) A tiltott szponzorálás miatti reklámfelügyeleti eljárást ügyfélként kezdeményezni jogosultak az egészségvédelemmel összefüggő feladatokat ellátó közigazgatási szervek és a nemdohányzók védelmét ellátó társadalmi szervezetek is.”

## 6. §

(1) Ez a törvény a kihirdetését követő 30. napon lép hatályba, rendelkezéseit a hatálybalépését követően nyújtott szponzorálásra kell alkalmazni.

(2) A törvény hatálybalépésével egyidejűleg hatályát veszti

a) a gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény módosításáról szóló 2001. évi I. törvény 15. §-ának (4) és (5) bekezdése, valamint 16. §-ának (3) bekezdése, továbbá

b) a gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény módosításáról szóló 2005. évi LXXVII. törvény 8. §-a.

(3) A törvény hatálybalépésével egyidejűleg

a) a Grtv. 14. §-ának (1) bekezdésében a „(3) bekezdésében” szövegrész helyébe a „(3)–(4) bekezdésben” szöveg,

b) a Grtv. 15. §-a (1) bekezdésében a „(2) bekezdésben” szövegrész helyébe a „(3) bekezdésben” szöveg, az „a gazdasági reklámtevékenységre vonatkozó rendelkezések” szövegrész helyébe az „a gazdasági reklámtevékenységre, továbbá a tiltott szponzorálásra vonatkozó rendelkezések” szöveg, az „e rendelkezések megsértése miatti eljárásokat” szövegrész helyébe az „e rendelkezések megsértése miatti eljárásokat (a továbbiakban együtt: reklámfelügyeleti eljárás)” szöveg,

c) a Grtv. 16. §-a (2) bekezdésének első mondatában a „gazdasági reklámtevékenységre” szövegrész helyébe a „gazdasági reklámtevékenységre vagy a tiltott szponzorálásra” szöveg,

d) a Grtv. 16. §-a (4) bekezdésének első mondatában a „reklám közzétételét” szövegrész helyébe a „reklám közzétételét, illetve a tiltott szponzorálást megvalósító rendezvény vagy tevékenység befejeztét” szöveg,

e) a Grtv. 17. §-ának (2) bekezdésében a „15. § (2) bekezdése” szövegrész helyébe a „15. § (3) bekezdése” szöveg,

f) a Grtv. 18. §-ának (1) bekezdésében a „reklám jogsértő voltát” szövegrész helyébe a „reklám jogsértő voltát, vagy a tiltott szponzorálást (a továbbiakban együtt: jogsértés)” szöveg lép.

## 7. §

Ez a törvény a tagállamok dohánytermékek reklámozására és szponzorálására vonatkozó törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezéseinek közelítéséről szóló, 2003. május 26-i 2003/33/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv 2. cikke c) pontjának, 5. cikke (1) bekezdésének és 7. cikkének való megfelelést szolgálja.

## Általános indokolás

I. A gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény (a továbbiakban: Grtv.) jogharmonizációs záradéka alapján – a 2005. évi LXXVII. törvénnyel történt módosítása óta – megvalósítja a tagállamok dohánytermékek reklámozására és szponzorálására vonatkozó törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezéseinek közelítéséről szóló 2003/33/EK európai parlamenti és a tanácsi irányelvnek (a továbbiakban: Irányelv) megfelelő szabályozást.

Az Európai Bizottság azonban kötelezettségszegési eljárást indított hazánk ellen, amelyben két ponton kifogásolja szabályozásunknak az Irányelvből fakadó követelményekkel való összeegyeztethetőségét. A Javaslat a Bizottság kifogásai mentén az Irányelvnek való maradéktalan megfelelést szolgálja.

II. A Grtv. hatályos rendelkezése – a 2001. évi I. törvénnyel történt módosítás óta – a dohányárak reklámozásának általános tilalmát mondja ki a 13. § (1) bekezdésében: „Tilos közzétenni dohányáru reklámját.”

Az Irányelv átültetése nem jelentett szigorítást a dohány-reklám vonatkozásában, minthogy az Irányelv nem kötelezi a tagállamokat teljes tilalomra, hanem tételesen meghatározza azokat az eseteket, amikor meg kell tiltani a reklámozást (sajtóban és más nyomtatott kiadványokban, rádiós műsorszórásban, információs társadalommal összefüggő szolgáltatásokban), továbbá a rádióműsorok, valamint a több tagállamot érintő vagy több tagállamban zajló, illetve más módon határokon átnyúló hatást gyakorló rendezvények vagy tevékenységek dohányipari cégek általi szponzorálását, beleértve a dohánytermékek ingyenes vagy árengedménnyel történő terjesztését is.

Az Irányelv tehát kizárólag ezeken a csatornákon keresztül tiltja meg a dohányreklámozást, ebből következően egyéb területekre nem vonatkozik a tilalom. Az irányelv (12) preambulumi bekezdése ugyanakkor rámutat arra, hogy a tagállamok közegészségügyi megfontolásokból akár szigorúbb rendelkezéseket is bevezethetnek:

„A reklámozás egyéb formái, úgymint a közvetett reklámozás, valamint a határokon átnyúló hatással nem rendelkező rendezvények vagy tevékenységek szponzorálása nem tartozik ennek az irányelvnek az alkalmazási körébe. A Szerződésre is figyelemmel, továbbra is a tagállamok hatáskörébe tartozik, hogy ezeket a kérdéseket az emberi egészség védelmének biztosítása érdekében a saját maguk által szükségesnek ítélt módon szabályozzák.”

A hatályos magyar szabályozás az általános dohányreklám-tilalom alól szűk körben tesz kivételt:

- a dohányárak forgalmazóinak szóló szakmai célú reklám;
- a dohányárak eladási helyén való bemutatás és árfeltüntetés;

- elsődlegesen nem a Magyar Köztársaság területén való forgalmazásra nyomtatott vagy kiadott idegen nyelvű sajtótermék; valamint
- a nemzetgazdasági szempontból kiemelkedő jelentőségű esemény vonatkozásában.

Ez utóbbi felmentést ugyanakkor az Európai Bizottság nem találta az Irányelv rendelkezéseivel, különösen az 5. cikk (1) bekezdésével összeegyeztethetőnek, mondván, hogy az veszélyezteti a közösségi szabályozás azon célkitűzésének megvalósulását, hogy a határon átnyúló hatással rendelkező rendezvények, tevékenységek esetében ne legyenek szponzorálás útján kijátszhatóak a reklámozás közvetlen formáira vonatkozó korlátozások.

A fenti kifogásra figyelemmel szükséges hatályon kívül helyezni a Grtv. módosításáról szóló 2005. év LXXVII. törvény azon szakaszát, amely a Grtv. módosításáról szóló 2001. évi I. törvény 15. § (4) és (5) bekezdését módosítja oly módon, hogy kivételes esetben nemzetgazdasági szempontból kiemelkedő jelentőségű esemény vonatkozásában lehetőséget teremt a dohányreklám-tilalom alóli felmentésre.

III. A Bizottság rámutatott továbbá arra, hogy az a magyar szabályozási megközelítés, amely szerint az általános dohányreklám-tilalom értelemszerűen magában foglalja a dohányáruval összefüggő szponzorálás általános tilalmát is – lévén a szponzorálás célja az esetek túlnyomó többségében gyakorlatilag reklámtevékenység útján érhető el, így amennyiben az tiltott, célját veszítve értelmetlenné válik –, elégtelen az Irányelv átültetése céljából. A Bizottság érvelése szerint az Irányelv egyértelműen megkülönbözteti egymástól a reklámtevékenységet és a szponzorálást.

A szponzorálás fogalmát az Irányelv 2. cikkének c) pontja a következőképpen határozza meg: „bármilyen nyilvános vagy magánjellegű hozzájárulás bármely rendezvényhez, tevékenységhez vagy bármely egyén számára, amelynek célja, illetve közvetlen vagy közvetett hatása egy dohánytermék vásárlásának ösztönzése”.

A Bizottság állásfoglalása alapján a szponzorálásnak, azaz a termékek – e körben a dohánytermékek – vásárlása ösztönzésének létezik olyan formája is, amelyik nem reklámtevékenységben, azaz kereskedelmi tájékoztatásban nyilvánul meg. Ezt erősíti meg az Irányelv célkitűzésének az 1. cikk (1) bekezdésében a következőképpen történő megfogalmazása: „az irányelvnek a célja, hogy közelítse a tagállamoknak azokat a törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezéseit, amelyek a dohánytermékek reklámozására és azok vásárlásösztönzésére vonatkoznak (...) a dohánytermékekkel kapcsolatos szponzorálás által, beleértve a dohánytermékek ingyenes terjesztését is”. Ezek szerint a szponzorálás irányulhat egyrészt reklámozásra (és ezáltal a vásárlásösztönzésre), másrészt egyéb módon vásárlásösztönzésre is.

E meghatározással összefüggésben az Irányelv 5. cikkének (1) bekezdése a „több tagállamot érintő vagy több tagállamban zajló, vagy más módon határokon átnyúló hatást gyakorló rendezvények és tevékenységek szponzorálásának” tilalmát mondja ki.

A Grtv. 13. §-ának általános dohányreklám-tilalma kiterjed a szponzorálásnak arra a formájára is, amely reklámtevékenység érdekében történő hozzájárulást jelent. Így e tekintetben nem szükséges a hatályos szabályozás módosítása. Amennyiben valamely rendezvényen megjelenő tiltott dohányreklám szponzorálási megállapodással függ össze, ez a reklámfelügyeleti eljárásban – részben a Javaslatban eszközölt kiegészítések révén – megfelelően figyelembe vehető, s a bírságösszeg meghatározását befolyásoló körülményként minősül.

A Bizottság kifogása nyomán a Javaslat a szponzorálás fennmaradó – atipikus – formájára nézve külön megjeleníti annak tilalmát. Ez a tilalom azonban – a közösségi jogi kötelezettség által közvetlenül meghatározott körben maradván – csak a határon átnyúló vonatkozású rendezvények, tevékenységek vonatkozásában kerül kimondásra.

A szponzorálás tilalma önálló kimondásának következményeit ugyanakkor a törvény egészén végig kell vezetni a szabályozás koherenciája érdekében: kezdve a törvény tárgyi hatályától, a felelősségi rendezésen át, a tilalom kikényszerítését szolgáló eljárásig és a megfelelő jogkövetkezmények előírásáig.

Az Irányelv 7. cikke is kifejezetten előírja a tagállamok számára az Irányelv alapján elfogadott nemzeti rendelkezések megsértésére alkalmazandó szankciókra vonatkozó szabályok elfogadását, és minden szükséges intézkedést ezek végrehajtásának biztosítása érdekében. Ennek keretében biztosítani kell különösen, hogy azok a személyek vagy szervezetek, amelyeknek a nemzeti jogszabályok értelmében bizonyíthatóan jogos érdeke fűződik az Irányelvvvel ellentétes reklámozás, szponzorálás vagy más tevékenység visszaszorításához, jogi eljárást indíthassanak az ilyen reklámozás vagy szponzorálás ellen, vagy felhívhassák egy panaszok ügyében eljárni vagy megfelelő bírósági eljárást indítani jogosult közigazgatási szerv figyelmét az ilyen reklámozásra vagy szponzorálásra.

A szponzorálási tilalom kikényszerítése beilleszthető a reklámfelügyeleti eljárás keretei közé, ennek a törvény szövegében való következetes végigvezetését szolgálják a Javaslat rendelkezései. Ugyanakkor a reklámfelügyeleti eljárásnak a szponzorálási tilalom bevezetése miatti speciális továbbalakításának igényét – a gyakorlati tapasztalatok alapján – a Grtv. átfogó felülvizsgálata alkalmával indokolt ismételt megvizsgálni.

IV. A Javaslat az Irányelvi szabályozással való maradéktalan összeegyeztethetőség megteremtését szolgálja annak érdekében, hogy a Bizottság a kötelezettségzegési eljárást lezárja. Egyéb szempontú szabályozási elemeket nem tartalmaz.

## *Részletes indokolás*

### *Az 1. §-hoz*

A Javaslát a szponzorálási tevékenység kifejezett szabályozása kapcsán kiterjeszti a törvény tárgyi hatályának meghatározását.

### *A 2. §-hoz*

A „szponzorálás” fogalmának meghatározása az irányelvi szabályozással összhangban történik.

### *A 3. §-hoz*

A dohányáruval összefüggő szponzorálás tilalmának kimondása az Európai Gazdasági Térség több államát érintő, vagy azokban zajló, vagy más módon határokon átnyúló hatással rendelkező rendezvények és tevékenységek vonatkozásában nem érinti azt, hogy a Grtv. 13. §-a (1) bekezdésében előírt általános dohányreklám-tilalom következtében az olyan szponzorálási tevékenység, amely valamely dohányáru vásárlásának ösztönzését reklám útján célozza, illetve éri el közvetlenül vagy közvetve, szintén általános körben tilos.

E rendelkezés alkalmazásában határokon átnyúló hatással rendelkező rendezvénynek illetve tevékenységnek tekinthető különösen az a rendezvény illetve tevékenység,

- amely az Európai Gazdasági Térség több államában megrendezésre kerülő rendezvény- illetve tevékenységsorozat része,
- amelyre – annak jellegéből adódóan – az Európai Gazdasági Térség több államából érkeznek résztvevők,
- amelyet olyan módon hirdettek meg, hogy a hirdetés az Európai Gazdasági Térség több államában hozzáférhetővé vált, vagy
- amely rendezvényen történekről vagy tevékenységről – annak jellegéből adódóan – az Európai Gazdasági Térség több államában tájékoztatást nyújtanak.

### *A 4. §-hoz*

A Javaslát kiegészíti a Grtv. rendelkezései megsértéséért fennálló felelősség megállapításának szabályait. A tiltott szponzorálással kapcsolatban a szponzorálást nyújtó és a szponzorálást elfogadó vállalkozás is felelős.

### *Az 5. §-hoz*

A nemdohányzók védelmét ellátó társadalmi szervezetek eljárás-kezdeménnyezési jogát a Javaslát az Irányelv 7. cikke második albekezdésének végrehajtása érdekében biztosítja.



### A 6. §-hoz

Az új szabályozás hatálybalépésére a Javaslát – figyelemmel a közösségi jogsértés kiküszöbölésének sürgető igényére is – harminc napos felkészülési időt biztosít, azzal, hogy az új rendelkezéseket csak a hatálybalépését követően nyújtott szponzorálásra kell alkalmazni. Értelmszerűen a reklámozás érdekében megvalósuló, dohányáruval összefüggő szponzorálási tevékenység kapcsán, amelynek tekintetében a szabályozás nem változik, nincs ilyen átmeneti rendezés.

A Grtv. módosításáról szóló 2001. évi I. törvény 15. §-ának (4) és (5) bekezdése és 16. §-ának (3) bekezdése, valamint a Grtv. módosításáról szóló 2005. évi LXXVII. törvény 8. §-a alapján lehetőség lenne a 2006. augusztus 31-én hatályát veszített, a dohányreklámra vonatkozó tilalom alóli felmentés eljárási szabályairól szóló 34/2006. (VI. 8.) GKM rendelet helyett új miniszteri rendelet alkotására, és a dohányreklám-tilalom alóli felmentésre. A Javaslát a közösségi jognak való teljes megfelelés érdekében hatályon kívül helyezi a felmentési lehetőséggel összefüggő rendelkezéseket.

A Javaslát a továbbiakban azokat a – technikai jellegű – kiegészítéseket tartalmazza, amelyek elfogadása szükséges a szponzorálás tilalmával összefüggő hatósági ellenőrzési és eljárási kérdések tisztázásához.

A Javaslát pontosítja a reklámfelügyeleti jogosultsággal felruházott hatóságok közötti hatáskörmegosztást kimondó rendelkezéseket, amelyek a korábbi törvénymódosítások miatt elcsúszott jogszabályhely-hivatkozásokat tartalmaznak.

### A 7. §-hoz

A Javaslát önálló jogharmonizációs hivatkozást tartalmaz, amelyből kiderül, hogy ez a módosítás biztosítja az Irányelv szponzorálással összefüggő rendelkezéseinek való teljes megfelelést. Az önálló jogharmonizációs hivatkozás szerepeltetésének nem csupán a jogharmonizációs tevékenység nyomán követhetőségéhez fűződő érdekre figyelemmel van jelentősége, hanem az Irányelv 10. cikkéből fakadó azon kötelezettség miatt is, hogy az átültető nemzeti szabályozásban megfelelően hivatkozni kell az irányelvre.