

HÍRLEVÉL

2024. NOVEMBER

Tartalomjegyzék

1. Újabb egy évre felfüggesztik a reklámadót.....	2
2. 2025-től változnak a kötelező könyvvizsgálati kötelezettségre vonatkozó szabályok.....	2
3. 2025. január 1-től módosul a Reklámtörvény	2
4. Új fogyasztóvédelmi hatóság felállítását jelentette be az NGM.....	3
5. Emelkedtek a fogyasztóvédelmi bírságok	3
6. GVH hírek	4

1. Újabb egy évre felfüggesztik a reklámadót

Az Országgyűlés elfogadta az egyes adótörvények módosításáról szóló törvényt, amely szerint újabb egy évre, azaz 2025-re is felfüggesztik a reklámadót.

2. 2025-től változnak a kötelező könyvvizsgálati kötelezettségre vonatkozó szabályok

A köztársasági elnök aláírására vár az egyes adótörvények módosításáról szóló törvény, melynek IX. fejezete a számvitelt és könyvvizsgálatot érintő módosításokat taglalja. A módosítások érintik a Magyar Könyvvizsgálói Kamaráról, a könyvvizsgálói tevékenységről, valamint a könyvvizsgálói közfelügyeletről szóló 2007. évi LXXV. törvényt és a számvitelről szóló 2000. évi C. törvényt is, mely utóbbi módosítása 2025-től több ponton változást hoz a könyvvizsgálati és beszámolási kötelezettségek terén. Ezen változásokból emeltük ki az alábbiakat:

- a könyvvizsgálói kötelezettség nettó árbevételi értékhatára 300 millió forintról 600 millió forintra emelkedik,
- az egyszerűsített éves beszámoló mérlegfőösszeg értékhatára 1.200 millió forintról 2.000 millió forintra, a nettó árbevétel értékhatára 2.400 millió forintról 4.000 millió forintra emelkedik,
- a konszolidált beszámoló készítési kötelezettség esetében a mérlegfőösszeg értékhatára 6.000 millió forintról 10.000 millió forintra, a nettó árbevétel pedig 12.000 millió forintról 20.000 millió forintra emelkedik,
- a közzétételi és letétbe helyezési kötelezettség elmulasztása esetén – ideértve a könyvvizsgálati kötelezettséget is – harmadik fél is kezdeményezheti a cégbírósági törvényességi felügyeleti eljárást.

3. 2025. január 1-től módosul a Reklámtörvény

2024. november 14-én került kihirdetésre a Magyar Közlöny 2024. évi 114. számában a 2024. évi XLIX. törvény a gyermekek védelme érdekében az internetes pornográf tartalmak elérhetőségének korlátozásáról, valamint egyes elektronikus kereskedelmi szolgáltatással és reklámtevékenységgel összefüggő törvények módosításáról, amely tartalmazza a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvény módosítását.

Eszerint a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvény 8. §-a következő (5) bekezdéssel egészül ki:

„(5) Tilos az olyan gyermek-, illetve fiatakorúaknak szóló reklám, amely árut vagy annak használatát, igénybevételét életet, egészséget vagy testi épséget sértő vagy veszélyeztető módon mutat be.”

A gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvény 18. § (2) bekezdése helyébe a következő rendelkezés lép:

„(2) Tilos közzétenni alkoholtartalmú ital reklámját

- a) sajtótermék első borítólapjának külső oldalán, illetve – honlap esetén – a nyitó oldalon,
- b) színházban vagy moziban 20 óra előtt,
- c) gyermek-, illetve fiatalkorúak számára készült műsorszámot közvetlenül megelőzően, annak teljes időtartama alatt és közvetlenül azt követően,
- d) egyértelműen játék céljára szánt terméken és annak csomagolásán, vagy
- e) köznevelési és egészségügyi intézményben, továbbá ilyen intézmény bármely bejáratától számított kétszáz méteres közúti, illetve közterületi távolságon belül szabadtéri reklámhordozón, kirakatban vagy közterületről egyébként látható helyen.”

A módosult szabályok 2025. január 1-jén lépnek hatályba.

4. Új fogyasztóvédelmi hatóság felállítását jelentette be az NGM

2025. januárjától egy új kereskedelmi és fogyasztóvédelmi hatóság jön létre Nemzeti Kereskedelmi és Fogyasztóvédelmi Hatóság néven, aminek célja a fogyasztóvédelem hatékonyságának növelése. Feladatai közé tartozik majd a klasszikus fogyasztóvédelem, a kereskedelempolitika szakmai támogatása, valamint a kereskedelem élelmiszer-biztonsági felügyelete és a laborvizsgálatok, mely utóbbiak egy részét a Nébih-től veszik át.

5. Emelkedtek a fogyasztóvédelmi bírságok

A fogyasztóvédelmi bírságok mértéke idén márciusban emelkedett, a jogszabály szerint a bírság összege a következők szerint alakulhat:

1.) Keretösszeg – Alapeset

A bírság összege:

- a) a 100 millió forintot meghaladó éves nettó árbevétellel rendelkező vállalkozás esetében: 1 millió forinttól a vállalkozás éves nettó árbevételének 5%-áig, de legfeljebb 650 millió forintig,
- b) 100 millió forintot meghaladó éves nettó árbevétellel NEM rendelkező vállalkozás esetében: 100 ezer forinttól 2 millió forintig,

terjedhet.

2.) Keretösszeg – Minősített eset

Ha a jogsértés a fogyasztók széles körét érinti (ilyen lehet pl. egy országos TV kampány), akkor:

- a) A fenti 1.)a) pont szerinti esetben a bírság alsó határa: 2 millió forint (ennél kevesebb tehát nem lehet), felső határ változatlan
- b) a fenti 1.)b) pont szerinti esetben a bírság alsó határa: 200 ezer forint, felső határ változatlan.

c) A bírság kiszabásakor a hatóság az ügynevezett irányadó összegből indul ki, és a tényleges bírság összegét – a fenti a) és b) pont szerinti keretösszegeken belül – a hatóság az eset lényeges körülményeinek mérlegelésével állapítja meg, úgy, hogy a lényeges körülményektől függően az irányadó összeg a keretösszegeken belül csökkenthető vagy növelhető.

A mérlegelésnél lényeges körülményként figyelembe veszik többek között a jogsértés jellegét, súlyát, mértékét és időtartamát, a jogsértéssel érintett fogyasztók számát, érdekeik sérelmének körét, a jogsértő magatartás kiterjedtségét, a jogsértéssel okozott hátrányt, a jogsértést elkövető gazdasági súlyát, korábbi jogsértéseket, az eljárás során tanúsított együttműködő magatartást.

3.) Az irányadó bírság összeg mértéke, vagyis a kiindulási alap, amit a hatóság csökkenthet vagy növelhet a keretösszegeken belül:

- a) Az 1.)a) pont szerinti esetben: 3 millió forint
- b) A 2.)a) pont szerinti esetben : 6 millió forint
- c) Az 1.)b) pont szerinti esetben: 550 ezer forint
- d) A 2.)b) pont szerinti esetben: 600 ezer forint

Vagyis, ha a vállalkozás nettó éves árbevétele 100 millió Ft fölött van, és a jogsértés a fogyasztók széles körét érinti, akkor a bírság 6 millió Ft-ról indul, és a hatósági mérlegeléstől függően ez csökkenhet a minimum 2 millió Ft-ra, vagy nőhet az árbevétel 5%-áig.

Egy 2021-es esetben, vagyis 3 éve, amikor még a bírságösszegek alacsonyabbak voltak, és a bírság alsó határa 15.000 Ft volt, a hatóság 1 millió Ft-os bírságot szabott ki egy 2 hónapos TV kampány miatt, amiben 76 televízió csatornán összesen 6991 alkalommal sugároztak a lenti törvénynek nem megfelelő reklámokat.

6. GVH hírek

NOTINO – vélhetően jogsértően feltüntetett akciós árak

Eljárást indított a Gazdasági Versenyhivatal a Notino-val szemben, mert a vállalkozás a weboldalán, valamint a mobil applikációjában hirdetett termékek esetében feltételezhetően jogsértően tüntette fel az akciósként hirdetett termékek árait. Az árfeltüntetési szabályok be nem tartása mellett a vállalkozás a vásárlási folyamat során alapbeállításként előre „kipipált” checkbox-ot használ a környezetbarát csomagolásra és a küldemény biztosítására vonatkozóan, amely szintén korlátozza a fogyasztókat a tudatos döntéshozatalban.

Forrás: [Árgus szemekkel figyeli a GVH a webshopok árfeltüntetési gyakorlatát, eljárás alatt a Notino](#)

ALDI – a hűtőpultokban elhelyezett termékek feltehetően megtévesztő eredete

A GVH feltételezése szerint az ALDI nem rendelkezik olyan következetes belső ellenőrzési mechanizmussal, ami megalapozottan alátámasztaná, hogy az üzletek „100% friss és magyar hús állandó

kínálatunkban”, „100% friss és magyar”, valamint „Hazait szeretettel” feliratokkal megjelölt hűtőpultjaiban kizárólag magyar származású termékek kerültek elhelyezésre.

Mivel a származás, az eredet és a minőség fontos szempontok a fogyasztói döntéshozatal során, a Versenyhatóság eljárás alá vonta a vállalkozást.

Forrás: [Mi van az ALDI-s hűtőkben? Vizsgálatot indított a GVH](#)

COCA-COLA, SZENTKIRÁLYI, FONTE VIVA – nem igazolható környezetvédelmi állítások

A Fonte Viva Kft.-t, a Szentkirályi Magyarország Kft.-t, valamint a Coca-Cola HBC Magyarország Kft., a Coca-Cola Magyarország Szolgáltató Kft. és a The Coca Cola Company vállalkozásokat vizsgálja a GVH, mert olyan reklámstratégiát folytattak, amely környezetbarátnak tünteti fel őket, de feltehetőleg nem felelnek meg ezeknek az állításoknak. Az ásványvizes és üdítőitalos palackok címkéin feltüntetett, illetve egyéb kereskedelmi kommunikációjukban is alkalmazott szlogenek, úgymint a „100% újrahasznosított PET-palackban”, „100% rePET”, „100% rePET palackból palack” (Fonte Vita Kft. – 2022. március 9-től), „Szállj be a körforgásba”, „Gyűjtsd szelektíven!”, „100%-ban újrahasznosítható”, „Palackból palackot, 50% rePET” (Szentkirályi Magyarország Kft. – 2019. november 18-tól), „Hasznosíts újra 100%-ban újrahasznosítható PET palack vagyok”, „100%-ban újrahasznosítható” (Coca-Cola Naturaqua márkanév alatt forgalmazott termékei – 2020. december 10-től) vélhetően megtévesztették a fogyasztókat, hiszen a környezeti állítások valószínűsíthetően megalapozatlanok, nem igazolhatók.

Forrás: [PET palackokkal kapcsolatos zöld állításokat vizsgál a GVH](#)

A fenti versenyfelügyeleti eljárások megindítása nem jelenti annak kimondását, hogy a vállalkozások a jogsértést elkövették, a vizsgálatok ennek bizonyítására irányulnak.

Felhívjuk a figyelmet, hogy jelen hírlevelünk célja az általános jellegű tájékoztatás, tartalma semmi esetre sem minősül egyedi ügyekben felhasználható jogi tanácsnak vagy véleménynek. Ha a fentiekkel kapcsolatban bármilyen kérdése, észrevétele lenne, kérjük, lépjen kapcsolatba dr. Pánszky Gyulával a gyula.panszky@panszky.hu e-mail címen, vagy a +36-1-200-3416-os telefonszámon. Köszönjük.

Budapest, 2024. november 28.

Pánszky Ügyvédi Iroda