

24. Olyan benyomás keltése a fogyasztóban, hogy nem hagyhatja el az üzlethelyiséget, amíg nem köt szerződést.

25. A fogyasztó személyes felkeresése a lakóhelyén, figyelmen kívül hagyva annak távozásra és vissza nem térésre felszólító kérését.

26. Telefonon, távmásolón (telefaxon), elektronikus levelezés, illetve azzal egyenértékű egyéni kommunikációs eszköz vagy más távközlő eszköz útján ismétlődően és nem kívánt módon a fogyasztó sürgetése, kivéve amennyiben ez a vállalkozás szerződéses kötelezettsége teljesítéséhez szükséges.

27. Biztosítási szerződésen alapuló követelést érvényesíteni kívánó fogyasztótól olyan iratok bemutatásának megkövetelése, amelyek a követelés megalapozottságának megítélése szempontjából ésszerűen nem tekinthetők lényegesnek, vagy a fogyasztó vonatkozó írásbeli megkeresésére a válaszadás rendszeres elmulasztása azzal a céllal, hogy ez visszatartsa a fogyasztót szerződéses jogainak gyakorlásától.

28. Reklámban kiskorúak közvetlen felszólítása a reklámozott áru megvételére, illetve igénybevételére vagy arra, hogy győzzék meg szüleiket vagy más felnőttest, hogy vásárolja meg számukra a reklámozott árut.

29. Azonnali vagy halasztott fizetés követelése a vállalkozás által szállított vagy nyújtott áruért, illetve az áru visszaszolgáltatásának vagy megőrzésének követelése, ha azt a fogyasztó nem rendelte meg (nem kért értékesítést), kivéve, ha a szerződésnek megfelelő helyettesítő árurol van szó.

30. A fogyasztó kifejezetten arról való tájékoztatása, hogy ha nem vásárolja meg az adott árut, veszélybe kerül a vállalkozás vagy alkalmazottja munkája vagy megélhetése.

31. Olyan hamis benyomás keltése, hogy a fogyasztó már megnyert, meg fog nyerni, vagy meghatározott cselekmény megtétele révén fog megnyerni egy nyereményt vagy egyéb előnyhöz jutni, miközben valójában nincs ilyen nyeremény, illetve előny, vagy a nyeremény, illetve egyéb előny érvényesítése, illetve igénybevétele a fogyasztó számára meghatározott pénzösszeg megfizetéséhez vagy költségek viseléséhez kötött.

2008. évi XLVIII. törvény

a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól*

Az Országgyűlés a polgárok, így különösen a fiatalok egészségének védelme, a társadalom rendjére káros hatások visszaszorítása, valamint – a gazdasági hatékonyságot és a társadalmi jólétet szolgáló piaci verseny fenntar-

tása érdekében – az üzleti tisztesség követelményeit betartó vállalkozások érdekeinek védelme céljából, a szakmai önszabályozás gyakorlatának jelentőségét elismerve és e célból az önszabályozás keretében létrehozott magatartási kódexek betartásának ellenőrzését megerősítve, a következő törvényt alkotja.

Általános rendelkezések

1. § (1) E törvény hatálya a reklámozóként, reklámszolgáltatóként vagy reklám közzétevőként végzett gazdasági reklámtevékenységre, a szponzorálásra, valamint az ezek tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre terjed ki.

(2) Törvény vagy az annak végrehajtására kiadott jogszabály az egyes árukra vonatkozó vagy az egyes kommunikációs eszközök útján megvalósuló gazdasági reklámtevékenységre külön szabályokat állapíthat meg. Ha a külön törvény eltérően nem rendelkezik, az ilyen szabályok megsértésére e törvény rendelkezéseit megfelelően alkalmazni kell.

(3) A rádió és televízió műsorszolgáltatásában közzétett reklámra – ha e törvénytől eltérő követelményeket állapít meg – a rádiózásról és televíziózásról szóló 1996. évi I. törvényben foglalt rendelkezéseket kell alkalmazni.

2. § E törvénynek a megtevesztő reklámra vonatkozó rendelkezéseit csak annyiban kell alkalmazni, amennyiben a reklám címzettje kizárólag vállalkozás vagy önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró nem természetes személy.

3. § E törvény alkalmazásában

a) *dohánytermék*: bármilyen módon fogyasztásra szánt, részben vagy egészben dohányból készült termék,

b) *egészségügyi intézmény*: az egészségügyről szóló 1997. évi CLIV. törvény 3. §-ának g) pontjában meghatározott intézmény,

c) *fiatalkorú*: aki a tizennegyedik életévét betöltötte, de a tizennyolcadikat még nem,

d) *gazdasági reklám*: olyan közlés, tájékoztatás, illetve megjelenítési mód, amely valamely birtokba vehető forgalomképes ingó dolog – ideértve a pénzt, az értékpapírt és a pénzügyi eszközt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket – (a továbbiakban együtt: termék), szolgáltatás, ingatlan, vagyoni értékű jog (a továbbiakban mindezek együtt: áru) értékesítésének vagy más módon történő igénybevételének előmozdítására, vagy e céllal összefüggésben a vállalkozás neve, megjelölése, tevékenysége népszerűsítésére vagy áru, árujelző ismertségének növelésére irányul (a továbbiakban: reklám),

e) *gyermekkorú*: aki a tizennegyedik életévét nem töltötte be,

f) *közzététel*: a reklám megismerhetővé tétele, akár nyobbb nyilvánosság, akár egyedi címzett számára,

* A törvényt az Országgyűlés a 2008. június 9-i ülésnapján fogadta el.

g) *magatartási kódex*: olyan – piaci önszabályozás keretében létrehozott – megállapodás vagy szabálygyűjtes, amely valamely kereskedelmi gyakorlat vagy tevékenységi ágazat vonatkozásában követendő magatartási szabályokat határoz meg azon vállalkozások számára, amelyek a kódexet magukra nézve kötelezőnek ismerik el,

h) *meztévesztő reklám*: minden olyan reklám, amely bármilyen módon – beleértve a megjelenítését is – meztéveszti vagy meztévesztheti azokat a személyeket, akik felé irányul, vagy akiknek a tudomására juthat, és meztévesztő jellege miatt befolyásolhatja e személyek gazdasági magatartását, vagy ebből eredően a reklámozóval azonos vagy ahhoz hasonló tevékenységet folytató más vállalkozás jogait sérti vagy sértheti,

i) *összehasonlító reklám*: olyan reklám, amely közvetve vagy közvetlenül felismerhetővé tesz más, a reklámozóval azonos vagy ahhoz hasonló tevékenységet folytató vállalkozást vagy ilyen vállalkozás által előállított, forgalmazott vagy bemutatott, a reklámban szereplő áruval azonos vagy ahhoz hasonló rendeltetésű árut,

j) *reklám címzettje*: aki felé a reklám irányul, illetve akihez a reklám eljut,

k) *reklám közzevője*: aki a reklám közzétételére alkalmas eszközökkel rendelkezik és ezek segítségével a reklámot megismerhetővé teszi,

l) *reklámozó*: akinek érdekében a reklámot közzéteszik, illetve aki a reklámot megrendeli,

m) *reklámszolgáltató*: aki önálló gazdasági tevékenysége körében a reklámot megalkotja, létrehozza, illetve ezzel összefüggésben egyéb szolgáltatást nyújt,

n) *sajtótermék*: az időszaki lap egyes lapszámai, a rádió- és televízió-műsor, a könyv, a röplap és az egyéb szöveges kiadvány – ide nem értve a bankjegyet és az értékpapírt –, a zeneművet, grafikát, rajzot vagy fotót tartalmazó kiadvány, a térkép, a nyilvános közlésre szánt műsoros filmszalag, videokazetta, videolemez, hangszalag és hanglemez, továbbá bármely más tájékoztatást vagy műsort tartalmazó, nyilvános közlésre szánt technikai eszköz,

o) *szabadtéri reklámhordozó*: reklám közzététele céljából építményen kívül elhelyezett eszköz,

p) *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 igénybevételének ösztönzése,

q) *tudatosan nem észlelhető reklám*: olyan reklám, amelynek közzétételekor – az időtartam rövidsége vagy más ok következtében – a reklám címzettjére lélektani értelemben a tudatos észleléshez szükséges ingerküszöbnél kisebb erősségű látvány, hang- vagy egyéb hatás keltette inger hat,

r) *vállalkozás*: aki önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével összefüggő célok érdekében jár el.

4. § Magatartási kódex nem ösztönözhet olyan magatartásra, amely e törvény rendelkezéseibe ütközik.

5. § (1) Reklám akkor tehető közzé, ha a reklámozó a reklám megrendelésekor a reklámszolgáltató – ennek hiányában a reklám közzétételének megrendelésekor a reklám közzevője – részére megadja a cégnevét, illetve nevét, a székhelyét, ennek hiányában lakóhelyét, továbbá az adószámát.

(2) A külön jogszabályban meghatározott előzetes minőségvizsgálati vagy megfelelőségtanúsítási kötelezettség alá tartozó termékre vonatkozó reklám esetén a reklámozó köteles a reklámszolgáltatónak – ennek mellőzése esetén a reklám közzevőjének – nyilatkozni arról, hogy a vizsgálatot elvégezték és annak alapján a termék forgalomba hozható. Ha a termék nem tartozik előzetes minőségvizsgálati vagy megfelelőségtanúsítási kötelezettség alá, a nyilatkozatnak ezt kell tartalmaznia. Ilyen nyilatkozat hiányában a reklám nem tehető közzé.

(3) A reklámszolgáltató, illetve a reklám közzevője köteles az (1) bekezdésben meghatározott adatokról, valamint a (2) bekezdés szerinti nyilatkozatokról nyilvántartást vezetni, és azt a reklám közzétételétől számított öt évig megőrizni.

(4) A szabadtéri reklámhordozón a reklám közzevője köteles azonosítható módon feltüntetni a cégnevét, illetve nevét, továbbá a székhelyét, illetve lakóhelyét.

6. § (1) Ha külön törvény eltérően nem rendelkezik, reklám természetes személynek mint reklám címzettjének közvetlen megkeresése módszerével (a továbbiakban: közvetlen üzletszerzés), így különösen elektronikus levelezés vagy azzal egyenértékű más egyéni kommunikációs eszköz útján – a (4) bekezdésben meghatározott kivétellel – kizárólag akkor közölhető, ha ahhoz a reklám címzettje előzetesen egyértelműen és kifejezetten hozzájárult.

(2) Hozzájáruló nyilatkozat bármely olyan módon tehető, amely tartalmazza a nyilatkozó nevét és lakcímét, illetve – amennyiben a reklám, amelyre a hozzájárulás vonatkozik, csak meghatározott életkorú személyek számára közölhető – születési helyét és idejét, továbbá azoknak a személyes adatoknak a körét, amelyek kezeléséhez a nyilatkozó hozzájárul, valamint a hozzájárulás önkéntes és a megfelelő tájékoztatás birtokában történő kifejezését.

(3) Az (1) bekezdés szerinti hozzájáruló nyilatkozat bármikor korlátozás és indokolás nélkül, ingyenesen visszavonható. Ebben az esetben a nyilatkozó nevét és minden egyéb személyes adatát az (5) bekezdésben meghatározott nyilvántartásból haladéktalanul törölni kell, és részére reklám az (1) bekezdésben meghatározott módon a továbbiakban nem közölhető.

(4) A postáról szóló 2003. évi CI. törvényben meghatározott címzett reklámküldeményben reklám természetes személy mint a reklám címzettje részére közvetlen üzletszerzés útján a címzett előzetes és kifejezett hozzájárulásának hiányában is küldhető, a reklámozó és a reklámszolgáltató azonban köteles biztosítani, hogy a reklám címzettje a reklám küldését bármikor ingyenesen és korlátozás

nélkül megtilthassa. Megtiltás esetén az érintett személy részére reklám közvetlen üzletszerzés útján a továbbiakban nem küldhető.

(5) A reklámozó, a reklámszolgáltató, illetve a reklám közléte – az (1) bekezdés szerinti hozzájárulásban meghatározott körben – a náluk hozzájáruló nyilatkozatot tevő személyek személyes adatairól nyilvántartást vezet. Az ebben a nyilvántartásban rögzített – a reklám címzettjére vonatkozó – adat csak a hozzájáruló nyilatkozatban foglaltaknak megfelelően, annak visszavonásáig kezelhető, és harmadik fél számára kizárólag az érintett személy előzetes hozzájárulásával adható át.

(6) A (3) bekezdés szerinti visszavonó nyilatkozat megtételére, illetve a reklám küldésének (4) bekezdés szerinti megtiltására mind postai úton, mind pedig elektronikus levél útján lehetőséget kell biztosítani úgy, hogy a nyilatkozatot tevő személy egyértelműen azonosítható legyen.

(7) Az (1), illetve a (4) bekezdésben meghatározott módon közölt reklámhoz kapcsolódóan egyértelműen és szembetűnően tájékoztatni kell a címzettet arról a címről és egyéb elérhetőségről, ahol az ilyen reklámok részére történő közléséhez való hozzájáruló nyilatkozatának visszavonása, illetve a reklám küldésének megtiltása iránti igényét bejelentheti, továbbá – a (4) bekezdés szerinti esetben – ebből a célból a reklámküldeménynek tartalmaznia kell a lemondást lehetővé tevő, postai úton címzett, térítésmentesen feladható és könyvelt küldeményként, igazolható módon kézbesített válaszlevelet.

(8) Az (1) bekezdés szerinti hozzájáruló nyilatkozat kérésére vonatkozó közvetlen megkeresés reklámot nem tartalmazhat, ide nem értve a vállalkozás nevét és megjelölését.

Általános reklámtiltalmak és reklámkorlátozások

7. § (1) Tilos az olyan reklám, amely erőszakos, illetve a személyes vagy a közbiztonságot veszélyeztető magatartásra ösztönöz.

(2) Tilos az olyan reklám, amely a környezetet, illetve a természetet károsító magatartásra ösztönöz.

8. § (1) Tilos az olyan reklám, amely a gyermek- és fiatalkorúak fizikai, szellemi, érzelmi vagy erkölcsi fejlődését károsíthatja.

(2) Tilos az olyan gyermek-, illetve fiatalkorúaknak szóló reklám, amely alkalmas a gyermek-, illetve fiatalkorúak fizikai, szellemi, érzelmi vagy erkölcsi fejlődésének kedvezőtlen befolyásolására, különösen azáltal, hogy erőszakra, szexualitásra utal vagy azt ábrázol, vagy témájának meghatározó eleme az erőszakos módon megoldott konfliktus.

(3) Tilos az olyan reklám, amely gyermek- vagy fiatalok részére veszélyes, erőszakos vagy a szexualitást hangsúlyozó helyzetben mutat be.

(4) Gyermekjóléti alapellátást és gyermekvédelmi szakellátást nyújtó intézményben, óvodában, általános iskolában és általános iskolai tanulókat fogadó kollégiumban tilos a reklámtevékenység. E tilalom nem vonatkozik az egészséges életmódra és a környezet védelmére neveléssel összefüggő, továbbá a közéleti és kulturális tevékenység vagy esemény, valamint az oktatási tevékenység reklámjára, valamint az ilyen tevékenységet folytató, illetve ilyen eseményt szervező vagy annak megvalósulásához bármilyen formában hozzájárulást nyújtó vállalkozás nevének, védjegyének vagy egyéb megjelölésének az adott tevékenységgel, eseménnyel közvetlenül összefüggő megjelenítésére.

9. § (1) Tilos az olyan reklám, amely a nemiséget súlyosan szeméremszérvő nyíltsággal ábrázolja, különösen amelyik nemi aktust vagy nemi szervet nyíltan ábrázol (pornográf reklám).

(2) Tilos a szexuális szolgáltatás reklámja. A szexuális szolgáltatás fogalmát és reklámozásának további korlátozásait külön törvény állapítja meg.

(3) Tilos az olyan áru reklámja, amely rendeltetése szerint szexuális ingerkeltésre irányul.

(4) Nem kell alkalmazni az (1) és (3) bekezdés szerinti tilalmat a szexuális terméken, továbbá a szexuális termékek üzletén belül elhelyezett reklámra. A szexuális termék, illetve a szexuális termékek üzlete fogalmát külön jogszabály állapítja meg.

10. § Tilos az olyan áru reklámja, amelynek előállítása vagy forgalmazása jogszabályba ütközik.

11. § Tilos a tudatosan nem észlelhető reklám.

Megtévesztő reklám és az összehasonlító reklám

12. § (1) Tilos a megtévesztő reklám.

(2) A reklám megtévesztő jellegének megállapításakor figyelembe kell venni különösen a reklámban foglalt azokat a tájékoztatásokat, közléseket, amelyek

a) az áru jellemző tulajdonságaira,

b) az áru árára vagy az ár megállapításának módjára, valamint az áru megvételének, illetve igénybevételének egyéb szerződéses feltételeire, továbbá

c) a reklámozó megítélésére, így a reklámozó jellemzőire, az őt megillető jogokra, vagyonára, minősítésére, elnyert díjaira vonatkoznak.

(3) A (2) bekezdés a) pontja alkalmazásában az áru jellemző tulajdonsága különösen az áru kivitelezése, összeté-

tele, műszaki jellemzői, mennyisége, származási helye, eredete, előállításának vagy szolgáltatásának módja és időpontja, beszerezhetősége, szállítása, alkalmazása, a használatához, fenntartásához szükséges ismeretek, adott célra való alkalmassága, a használatától várható eredmények, veszélyessége, kockázatai, egészségre gyakorolt hatásai, környezeti hatásai, energiafelhasználási ismérvei, tesztelése, ellenőrzöttsége vagy annak eredménye.

13. § (1) Az összehasonlító reklám

a) nem sértheti más vállalkozás vagy annak cégneve, áruja, árujelzője vagy egyéb megjelölése jó hírnevét,

b) nem vezethet összetévesztésre a reklámozó és az azonos vagy hasonló tevékenységet folytató más vállalkozás, illetve annak cégneve, áruja, árujelzője vagy egyéb megjelölése között,

c) nem vezethet más vállalkozás vagy annak cégneve, áruja, árujelzője vagy egyéb megjelölése jó hírnevéből adódó tisztességtelen előnyszerzésre, és

d) nem sértheti más vállalkozás áruja, illetve annak a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 6. §-ában rögzített jellemzői utánzásának tilalmát.

(2) Az összehasonlító reklám

a) kizárólag azonos rendeltetésű vagy azonos szükségleteket kielégítő árukat hasonlíthat össze,

b) tárgyilagosan köteles összehasonlítani az áruk egy vagy több lényeges, meghatározó, jellemző és ellenőrizhető tulajdonságát,

c) ha tartalmazza az áruk árainak összehasonlítását, köteles azt tárgyilagosan bemutatni,

d) eredetmegjelöléssel rendelkező termékek összehasonlítása esetén kizárólag azonos eredetmegjelölésű termékekre vonatkozhat.

(3) Jogszerű összehasonlító reklám esetében a védjegyjogosult kizárólagos használati joga alapján nem léphet fel védjegyének az összehasonlító reklámban történő – a célnak megfelelő módon megvalósuló – használatával szemben, feltéve, hogy a védjegy használata elengedhetetlen az összehasonlításhoz és nem haladja meg a feltétlenül szükséges mértéket.

Az egyes áruk reklámozására és az azokkal összefüggésben történő szponzorálásra vonatkozó tilalmak és korlátozások

14. § (1) Tilos fegyver, lőszer, robbanóanyag és a közbiztonságra különösen veszélyes eszköz reklámja.

(2) Nem kell alkalmazni az (1) bekezdés szerinti tilalmat

a) a kizárólag az (1) bekezdés szerinti termék forgalmazásával vagy felhasználásával hivatásszerűen foglalkozó személyek számára szóló szakmai célú reklámra,

b) a fegyver vagy lőszer külön jogszabály szerinti fegyverszaküzletben, illetve annak a fegyver, illetve lőszer forgalmazása céljából kialakított elkülönített helyiségében, valamint a külön jogszabály szerint engedélyezett lőfegyver-kiállításon elhelyezett reklámjára, és

c) a közbiztonságra különösen veszélyes eszköz kizárólag a külön jogszabály szerinti üzleten belül elhelyezett reklámjára.

15. § Tilos a külön jogszabályban meghatározott veszélyes eb, továbbá az állatviadal reklámja.

16. § Tilos emberi szervet, szövetet bármilyen felhasználás céljára reklámozni.

17. § Tilos a terhességmegszakítás, a terhességmegszakítást végző intézmény, arra alkalmas eszköz vagy eljárás reklámja.

18. § (1) Tilos alkoholtartalmú ital olyan reklámja, amely

a) gyermek-, illetve fiatalkorúaknak szól,

b) gyermek- vagy fiatalkorút mutat be,

c) alkoholtartalmú ital mértéktelen fogyasztására ösztönöz, vagy negatívan tünteti fel az önmérsékletet, illetve az alkoholfogyasztástól való tartózkodást,

d) az alkohol fogyasztását jobb fizikai teljesítménnyel vagy járművezetéssel kapcsolja össze,

e) olyan benyomást kelt, hogy az alkohol fogyasztása hozzájárul a társadalmi vagy szexuális sikerhez,

f) azt állítja vagy olyan benyomást kelt, hogy az alkoholnak gyógyászati tulajdonsága van, serkentő vagy nyugtató hatású,

g) azt állítja vagy olyan benyomást kelt, hogy az alkohol személyes konfliktusok megoldásának eszköze lehet, vagy

h) a magas alkoholtartalmat az italok pozitív minőségi jellemzőjeként hangsúlyozza.

(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, illetve gyermek-, illetve fiatalkorúak számára készült műsorszámot közvetlenül megelőzően, annak teljes időtartama alatt és közvetlenül azt követően,

c) egyértelműen játék céljára szánt terméken és annak csomagolásán, és

d) közoktatási és egészségügyi intézményben, továbbá ilyen intézmény bejáratától légvonalban mért kétszáz méteres távolságon belül szabadtéri reklámhordozón.

19. § (1) Tilos a dohánytermék reklámja.

(2) Az (1) bekezdésben meghatározott tilalom kiterjed a dohánytermék közvetett reklámjára is. Dohánytermék közvetett reklámja különösen az a reklám, amely

a) a dohányterméket közvetlenül nem jelöli meg, de a dohánytermékekkel összefüggésbe hozható bármely más megjelölés vagy árujelző használatával alkalmas a dohánytermék reklámozására,

b) a dohányterméket más áru elnevezésével, megjelölésével vagy árujelzőjével mutatja be, vagy

c) más árut dohánytermék elnevezésével, megjelölésével vagy árujelzőjével mutat be.

(3) Nem minősül dohánytermék reklámjának az olyan áru reklámozása, amelynek elnevezése, megjelölése vagy árujelzője valamely dohánytermékével megegyezik, ha az áru elnevezése, megjelölése vagy árujelzője egyértelműen elkülöníthető a dohánytermékétől.

(4) Nem kell alkalmazni az (1) bekezdésben foglalt tilalmat

a) a kizárólag a dohánytermék forgalmazóinak szóló szakmai célú reklámra,

b) arra a sajtótermékre, amelyet nem az Európai Gazdasági Térségről szóló megállapodásban részes államok (a továbbiakban: az Európai Gazdasági Térség államai) területén nyomtattak és adtak ki, és elsődlegesen nem az Európai Gazdasági Térség államainak területén való forgalmazásra állítottak elő,

c) az üzletben a dohánytermékek forgalmazására vonatkozó külön jogszabály szerint a dohánytermék forgalmazására szolgáló elkülönített helyen elhelyezett, kizárólag a dohányáru megnevezését, illetve árát megjelenítő olyan reklámra, amely dohánytermék-márkanévvel nem haladja meg az A/5 (148×210 mm) méretet, és összességében a dohánytermék forgalmazására szolgáló elkülönített hely dohánytermékhez való hozzáférés lehetőségét biztosító homlokzati felületének húsz százalékát, de legfeljebb üzletenként az A/1 (594×841 mm) méretet.

(5) A (4) bekezdés c) pontja szerinti reklámnak tartalmaznia kell az „A dohányzás súlyosan károsítja az Ön és a környezetében élők egészségét!” szövegű általános egészségvédő figyelmeztetést, valamint a cigaretta főfüst egysejnyi mennyiségében lévő kátrány-, nikotin- és szén-monoxid-tartalom számszerű értékét. A figyelmeztetés szövegét és a kátrány-, nikotin- és szén-monoxid-tartalomra vonatkozó adatokat jól olvashatóan, jól látható helyen, vízszintesen nyomtatva, a háttérből kiemelve kell feltüntetni. A figyelmeztetés szövegének le kell fednie a reklám felületének legalább harminc százalékát.

(6) A (4) bekezdés c) pontja szerinti reklám

a) nem szólhat gyermek-, illetve fiatalkorúaknak,

b) nem mutathat be gyermek-, illetve fiatalkorút,

c) nem hívhat fel túlzott dohányfogyasztásra,

d) nem tüntetheti fel a dohányzást egészséges tevékenységként,

e) nem ábrázolhat dohányzó személyt,

f) nem használhatja fel ismert személyiség képét vagy nyilatkozatát, és

g) nem tartalmazhat mozgóképet, hang- vagy szaghatást.

20. § (1) Nem nyújtható szponzorálás dohánytermékre vonatkozóan

a) olyan rendezvényhez, illetve tevékenységhez, amely az Európai Gazdasági Térség több államát érinti vagy azokban zajlik, vagy más módon határokon átnyúló hatással rendelkezik,

b) sport-, kulturális vagy egészségügyi rendezvényhez vagy tevékenységhez,

c) politikai pártok rendezvényéhez vagy tevékenységéhez.

(2) A dohányipari vállalkozás a tárgyévben reklámra és szponzorálásra fordított kiadásainak összegét a tárgyévet követő év március 31-éig honlapján és legalább két országos napilapban közzéteszi.

21. § (1) Tilos a gyermek-, illetve fiatalkorúak szerencsejátékban való részvételére felszólító reklám.

(2) Tilos közzétenni szerencsejátékhoz kapcsolódó reklámot olyan sajtótermékben, amely alapvetően gyermek-, illetve fiatalkorúakhoz szól.

22. § (1) Tilos közzétenni temetkezési szolgáltatás reklámját egészségügyi intézmény területén, épületének falán és kerítésén, valamint – az erre a célra kijelölt hely kivételével – temető területén. E korlátozás nem vonatkozik a temetkezési szolgáltatók nevét és telephelyének címét, elérhetőségét, valamint a nyújtott szolgáltatás teljeskörűségére utaló megjegyzést az egyes szolgáltatók megkülönböztetése nélkül, ábécésorrendben tartalmazó, az egészségügyi intézmény információs irodájában elhelyezett tájékoztatóra.

(2) Temetkezési szolgáltatásról szóló reklámban – a szolgáltató honlapján közzétett reklám kivételével – csak a szolgáltató neve, megkülönböztető megjelölése, elérhetőségének módja és időtartama, valamint a „temetkezés” szó, illetve a nyújtott szolgáltatásoknak és azok díjának tárgyszerű – kegyeleti jogokat nem sértő – felsorolása tüntethető fel.

Felelősségi szabályok

23. § (1) Az e törvényben foglalt rendelkezések megsértéséért – a (2)–(7) bekezdésben foglalt kivételekkel – a reklámozó, a reklámszolgáltató és a reklám közzétevője is felelős. Az e rendelkezések megszegésével okozott kárért a reklámozó, a reklámszolgáltató és a reklám közzétevője egyetemlegesen felel.

(2) A reklám közzétevője a reklám tartalmából eredő jogsértés esetén

a) amennyiben az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről szóló 2001. évi CVIII. törvény (a továbbiakban: Ektv.) szerinti közvetítő szolgáltatónak minősül, mentesül a felelősség alól, ha eleget tett az Ektv. 8–12. §-ában meghatározott feltételeknek,

b) az a) pontban nem szabályozott esetekben – a c) pont kivételével – csak akkor felelős, ha a reklám tartalmát tevékenysége során megismerte vagy megismerhette, illetve

c) a címzettlen reklámküldemények tartalmáért felelőséggel nem tartozik.

(3) A 4. §-ban foglalt rendelkezés megsértéséért a magatartási kódexet kidolgozó, a kódex felülvizsgálatáért, illetve a magukat a kódexnek alávető vállalkozások általi betartása ellenőrzéséért felelős személy vagy személyek felelnek.

(4) Az 5. § (1) bekezdésében meghatározott adatok, valamint az 5. § (2) bekezdése alapján adott nyilatkozat tartalmáért és valóságáért a reklámozó felel.

(5) Az 5. § (4) bekezdésében meghatározott kötelezetté ség megsértéséért a reklám közzétevője felel.

(6) A 12. §-ban és a 13. §-ban foglalt rendelkezések megsértéséért a reklámszolgáltató, illetve a reklám közzétevője csak annyiban felel, amennyiben a jogsértés a reklám megjelenítési módjával összefüggő olyan okból ered, amely nem a reklámozó kifejezett utasítása végrehajtásának a következménye.

(7) A 20. §-ban foglalt rendelkezések megsértéséért a szponzorálást nyújtó és a szponzorálást elfogadó vállalkozás egyaránt felelős.

Eljárás a törvény rendelkezéseinek megsértése esetén

24. § (1) A gazdasági reklámtevékenységre, továbbá a tiltott szponzorálásra vonatkozó rendelkezések megsértése esetén – a (2) és a (4) bekezdésben foglalt kivétellel – a fogyasztóvédelmi hatóság jár el.

(2) A 12. §-ban és a 13. §-ban foglaltakba ütköző reklám, valamint az e rendelkezésekbe ütköző magatartásra ösztönző magatartási kódex esetén a Gazdasági Versenyhivatal vagy a bíróság jár el a (3) bekezdésben meghatározottak szerint.

(3) A 12. §-ban és a 13. § (2) bekezdésében foglaltak megsértésének, valamint a magatartási kódex e rendelkezésekbe ütköző magatartásra ösztönző voltának megállapítása a Gazdasági Versenyhivatal, a 13. § (1) bekezdésében foglaltak megsértésének, valamint a magatartási kódex e rendelkezésekbe ütköző magatartásra ösztönző voltának megállapítása a bíróság hatáskörébe tartozik.

(4) Az információs társadalommal összefüggő szolgáltatás és – a beszédcélú telefonhívás kivételével – elektronikus hírközlés útján megvalósuló reklám tekintetében a 6. §-ban foglalt rendelkezések megsértése esetén a Nemzeti Hírközlési Hatóság jár el az Ektv.-ben meghatározottak szerint.

(5) Az e törvény szerinti eljárás lefolytatása nem zárja ki azt, hogy a sérelmet szenvedett fél az e törvény rendelkezéseinek megsértésére alapított polgári jogi igényét közvetlenül a bíróság előtt érvényesítse.

zéseinek megsértésére alapított polgári jogi igényét közvetlenül a bíróság előtt érvényesítse.

25. § Az eljárás a gazdasági reklámtevékenységre vonatkozó rendelkezéseket megsértő reklám közzétételét, a tiltott szponzorálást megvalósító rendezvény vagy tevékenység befejeztét, illetve a magatartási kódex jogsértő rendelkezése alkalmazásának megszűnését követő három éven túl nem indítható meg.

26. § (1) A fogyasztóvédelmi hatóság eljárására az e törvényben meghatározott eltérésekkel a fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény (a továbbiakban: Fgytv.) rendelkezéseit kell alkalmazni.

(2) A dohánytermék reklámjára, valamint a dohánytermékekkel összefüggő szponzorálásra vonatkozó rendelkezések megsértése miatti eljárást ügyfélként kezdeményezni jogosultak a nemdohányzók védelmét ellátó társadalmi szervezetek is.

(3) Az eljáró hatóság ellenőrzése keretében kérheti az 5. § (3) bekezdése, valamint a 6. § (5) bekezdése szerinti nyilvántartás bemutatását, azt mint szemletárgyat lefoglalhatja.

(4) E törvény rendelkezései – a 24. § (2) és (4) bekezdésében meghatározottak kivételével – az Fgytv. alkalmazásában fogyasztóvédelmi rendelkezések.

(5) A műsorszolgáltatóval szemben kiszabott bírságot a Műsorszolgáltatási Alapba kell befizetni.

27. § Az eljáró hatóság, illetve a bíróság a még közzé nem tett reklám közzétételét megtiltja, ha megállapítja, hogy a reklám – közzététele esetén – a gazdasági reklámtevékenységre vonatkozó rendelkezésbe ütközne. A közzététel megtiltása mellett bírság kiszabásának nincs helye.

28. § (1) Ha a Gazdasági Versenyhivatal a 24. § (2) és (3) bekezdése, illetve a 31. § alapján jár el, eljárására a Tpv.-nek a Tpv. III. fejezetének rendelkezéseibe ütköző magatartásokkal szembeni eljárásra vonatkozó rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni a 29. § (1) bekezdésében, a 30. §-ban, továbbá a 27. §-ban foglalt eltérésekkel.

(2) Ha a bíróság a 24. § (2) és (3) bekezdése alapján jár el, eljárására alkalmazni kell a Tpv. 86–88. §-át, valamint a 29. § (2) bekezdésében, a 30. § (4) bekezdésében, továbbá a 27. §-ban foglalt rendelkezéseket is.

29. § (1) A reklámozó az eljáró hatóság felhívására a reklám részét képező tényállítás valóságát igazolni köteles. Ha a reklámozó nem tesz eleget ennek a kötelezettségnek, úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak. Erre a reklámozót a hatóság felhívásában figyelmeztetni kell.

(2) A bíróság a 24. § (3) és (5) bekezdése szerinti eljárásában a reklám részét képező tényállítás valóságának bizonyítása a reklámozót terheli.

30. § (1) A Tpvt. 70. §-ának (1) bekezdésétől eltérően, a vizsgáló végzéssel vizsgálatot rendel el minden olyan esetben, amikor e törvény azon rendelkezéseinek megsértése valószínűsíthető, amelyek alkalmazása a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe tartozik.

(2) A Tpvt. 72. §-a (1) bekezdése *c)* pontjának alkalmazásával a 27. § szerinti intézkedés is elrendelhető.

(3) A Tpvt. 75. §-a szerinti kötelezettségvállalás alkalmazásának akkor is helye lehet, ha az ügyfél a vizsgált magatartással időközben felhagyott. Ilyen esetben a magatartás megisméltetésétől való tartózkodásra vállalható kötelezettség.

(4) A Tpvt. 88/B. §-ának (1)–(6) bekezdését a 24. § (5) bekezdése szerinti perekben is megfelelően alkalmazni kell, ha a 24. § (3) bekezdése szerint az eljárás a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe tartozna.

31. § (1) A 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet végrehajtását a 2006/114/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvet átültető tagállami jogszabályokba ütköző Európai Közösségen belüli jogsértések tekintetében a Gazdasági Versenyhivatal látja el.

(2) A kölcsönös jogsegély során a Gazdasági Versenyhivatal a – 2008/282/EK bizottsági határozattal módosított – 2007/76/EK bizottsági határozatnak megfelelően jár el.

(3) Az igazságügyért felelős miniszter az általa vezetett minisztérium honlapján tájékoztató jelleggel közli a 2006/114/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvet átültető jogszabályi rendelkezések felsorolását.

Módosuló jogszabályok

32. § A szerencsejáték szervezéséről szóló 1991. évi XXXIV. törvény (a továbbiakban: Szjtv.) 1. §-ának (6) bekezdése helyébe a következő rendelkezés lép:

„(6) Szerencsejátékban – a 16. § szerinti nem folyamatosan szervezett sorsolós játék kivételével – 18 éven aluli személyek nem vehetnek részt.”

33. § A magzati élet védelméről szóló 1992. évi LXXIX. törvény 15. §-a helyébe a következő rendelkezés lép:

„15. § Tilos bármilyen eszközzel terhességmegszakításra ösztönözni vagy azt népszerűsíteni.”

34. § A környezetvédelmi termékdíjról, továbbá egyes termékek környezetvédelmi termékdíjáról szóló 1995. évi LVI. törvény 20. §-ának *r)* pontjában a „gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény 2. § *g)* pontja által” szövegrész helyébe a „gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló törvényben” szöveg lép.

35. § (1) A kutatás és a közvetlen üzletszerzés célját szolgáló név- és lakcímadatok kezeléséről szóló 1995. évi CXIX. törvény (a továbbiakban: Katv.) 2. §-a (1) bekezdésének 4–6. pontja helyébe a következő rendelkezések lépnek:

[E törvény alkalmazása során]

„4. *Közvetlen üzletszerzés (direkt marketing)*: azoknak a közvetlen megkeresés módszerével végzett, tájékoztató tevékenységeknek és kiegészítő szolgáltatásoknak az összessége, amelyeknek célja termékek vagy szolgáltatások értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló, a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvény (a továbbiakban: Grt.) 3. §-ának *d)* pontja szerinti reklám továbbítása a fogyasztók vagy kereskedelmi partnerek (a továbbiakban együtt: ügyfelek) részére.

5. *Üzletszerzési lista*: kizárólag postai címzett reklámküldemények útján a Grt. 6. §-ának (4) bekezdése szerint reklámok közzlése céljából a kapcsolatfelvételt és kapcsolattartást szolgáló, kizárólag az ügyfél nevét, lakcímét, nemét, születési helyét és idejét, az ügyfél érdeklődési körére vonatkozó információt, valamint családi állapotát tartalmazó lista.

6. *Tilalmi lista*: azon érintettek név- és lakcímadatainak a nyilvántartása, akik megtiltották, illetve – a közvetlen üzletszerző szerv erre irányuló előzetes megkeresése ellenére – nem járultak hozzá, hogy személyes adataikat az e törvényben meghatározott kapcsolatfelvételi lista vagy üzletszerzési lista céljából felhasználják, vagy megtiltották azok e célból történő további kezelését.”

(2) A Katv. 2. §-a (1) bekezdésének 9. pontja helyébe a következő rendelkezés lép:

[E törvény alkalmazása során]

„9. *Kapcsolatfelvételi lista*: kizárólag a közvetlen üzletszerzés céljából küldendő küldemények fogadásához való hozzájárulás beszerzése érdekében az ügyfelekkel való kapcsolatfelvételt szolgáló, legfeljebb az ügyfél nevét, lakcímét, elektronikus levélcímét vagy elektronikus hírközlési azonosítóját, nemét, születési helyét és idejét, az ügyfél érdeklődési körére vonatkozó információt, valamint családi állapotát tartalmazó lista.”

(3) A Katv. 3. §-a (1) bekezdésének bevezető szövege helyébe a következő szöveg lép:

„(1) A tudományos kutató, a közvélemény-kutató és a piackutató kapcsolatfelvétel és kapcsolattartás céljából, valamint a közvetlen üzletszerző szerv kizárólag a kapcsolatfelvételi lista, illetve – a Grt. 6. §-ának (4) bekezdése szerinti esetben – az üzletszerzési lista összeállítása céljából, illetőleg az általuk az adatok kezelésére, átvételére megbízott szerv név- és lakcímadatot a következő forrásból gyűjthet, illetve használhat fel:”

(4) A Katv. 4. §-a (1) bekezdésének *c)* pontja helyébe a következő rendelkezés lép:

[A polgárok személyi adatainak és lakcímének nyilván-
tartásából név- és lakcímadatok az alábbiak szerint igé-
nyelhetők]

„c) a kapcsolatfelvételi, illetve üzletszerzési lista össze-
állításához az Nytv. 11. §-a (1) bekezdésének c), d) és
h) pontjában meghatározott szempont, valamint a családi
állapot”

[szerinti megoszlásban]

(5) A Katv. 5. §-ának (4) bekezdése helyébe a követ-
kező rendelkezés lép:

„(4) Az adatkezelés megszüntetésén a megsemmisítést
vagy az anonimizálást, közvetlen üzletszerzés esetén pe-
dig – ha a megszüntetés a (3) bekezdés b) pontján alapul –
egyidejűleg a 21. § szerinti tilalmi listára történő felvételt
kell érteni.”

(6) A Katv. 17. §-a helyébe a következő rendelkezés lép:

„17. § (1) A közvetlen üzletszerző szerv a jogszerű tevé-
kenységének végzéséhez szükséges listák összeállításához
a kapcsolatfelvétel, illetve – a Grt. 6. §-ának (4) bekezdése
szerinti esetben – kapcsolatfelvétel vagy kapcsolattartás
céljából név- és lakcímadatokat csak a 3. § (1) bekezdésé-
ben meghatározott forrásból vehet át, és az e törvényben,
illetve a Grt.-ben előírt feltételek teljesítése esetén gyűjt-
het.

(2) A 3. § (1) bekezdésének a) pontja tekintetében ügy-
félnek vagy támogatónak az tekinthető, aki – a termékekre
vagy szolgáltatásokra vonatkozóan információkat kérve,
vagy nyilvánosan közzétett reklámra vagy egyéb kereske-
delmi kommunikációra válaszolva – a maga részéről is ki-
fejezetten kapcsolatokat kezdeményezett és ennek során
név- és lakcímadatait az adatkezelő közvetlen üzletszerző
szervnek átadta, továbbá ezeknek az adatoknak a további
kezeléséhez hozzájárult.”

(7) A Katv. 18. §-a helyébe a következő rendelkezés
lép:

„18. § (1) A kapcsolatfelvételi, illetve az üzletszerzési
listán szereplő név- és lakcímadatok harmadik személy ré-
szére – a 3. § (1) bekezdésének c) pontja kivételével – csak
kapcsolatfelvételi, illetve üzletszerzési lista céljára, akkor
adhatók át, ha ehhez az érintettek a harmadik szerv nevé-
nek és tevékenységének ismeretében írásban hozzájá-
rultak.

(2) Adatátadás esetén a kapcsolatfelvételi, illetve az üz-
letszerzési lista felhasználásának feltételeit az adatátadó és
az adatátvevő szerződésben határozza meg. A kapcsolat-
felvételi listáról csak kapcsolatfelvétel, az üzletszerzési
listáról pedig csak kapcsolatfelvétel, illetve kapcsolattar-
tás céljából történhet adatátadás. Az (1) bekezdésben előírt
feltételek hiányában megkötött szerződés semmis.

(3) A kapcsolatfelvételi, illetve üzletszerzési lista nem
kapcsolható össze piackutatás céljára gyűjtött adatállomá-
nnyal.”

(8) A Katv. 21. §-ának (1) és (2) bekezdése helyébe a
következő rendelkezések lépnek:

„(1) A közvetlen üzletszerző szervnek nyilvántartást
(tilalmi listát) kell vezetnie azoknak az érintetteknek a
név- és lakcímadatairól, akik kérték adataik kezelésének
az adott célból történő megszüntetését, vagy ahhoz – a
közvetlen üzletszerző szerv erre irányuló előzetes megke-
resése ellenére – nem járultak hozzá, illetve az adatok át-
vétele után a személyiadat- és lakcímnnyilvántartás szervé-
nél éltek az adatletiltás jogaival.

(2) A tilalmi lista célja annak biztosítása, hogy a rajta
szereplő érintettek adatai ismételtelen ne kerüljenek átvétel-
re, harmadik személynek átadásra, illetőleg új kapcsolat-
felvételi vagy üzletszerzési listára felvételre. A tilalmi lis-
tán szereplő érintettektől közvetlen üzletszerzési célból
küldemény fogadására vonatkozó hozzájárulás nem kér-
hető, illetve reklámküldemény nem küldhető, kivéve, ha a
tilalom csak egyedileg meghatározott célra vonatkozik.”

(9) A Katv.

a) 3. §-a (1) bekezdésének a) pontjában az „üzletfél”
szövegrész helyébe az „ügyfél” szöveg,

b) 3. §-ának (2) bekezdésében a „közvetlen üzletszer-
zési” szövegrész helyébe a „kapcsolatfelvételi, illetve üz-
letszerzési” szöveg,

c) 4. §-a (1) bekezdésének a) és b) pontjában az „és
k) pontjaiban” szövegrész helyébe a „pontjában meghatá-
rozott bármely szempont, valamint a családi állapot” szö-
veg,

d) 19. §-ában az „a tevékenységét” szövegrész helyébe
az „az adatkezelési tevékenységet”, az „és csak abban az
esetben” szövegrész helyébe az „és az Avtv. szerinti har-
madik országba csak abban az esetben” szöveg,

e) 20. §-a (1) bekezdésének a) pontjában az „az üzlet-
szerzési listára való felvételét” szövegrész helyébe az
„a kapcsolatfelvételi, illetve üzletszerzési listán való sze-
repeltetését” szöveg,

f) 20. §-a (1) bekezdésének b) pontjában az „üzletszer-
zési” szövegrész helyébe a „kapcsolatfelvételi, illetve üz-
letszerzési” szöveg,

g) 21. §-ának (4) bekezdésében a „19. §” szövegrész
helyébe a „20. §” szöveg
lép.

36. § A hitelintézetekről és a pénzügyi vállalkozásokról
szóló 1996. évi CXII. törvény (a továbbiakban: Hpt.)
201. §-a és azt megelőző alcíme helyébe a következő alcím
és rendelkezés lép, egyidejűleg a törvény a következő
201/A. és 201/B. §-sal egészül ki:

„A reklámtevékenységre vonatkozó különös
rendelkezések

201. § A fiatakorúakat betételhelyezésre, hitelfelvétel-
re vagy egyéb pénzügyi szolgáltatás igénybevételére felhí-
vó reklámot hitelintézet mint reklámozó esetében legalább
két országos napilapban, szövetkezeti hitelintézet mint
reklámozó esetében pedig legalább egy napilapban és egy
országos napilapban közzé kell tenni.

201/A. § Tilos a sorsolásra vonatkozó reklám. E tilalom nem vonatkozik a nyereménybetét-sorsolásra.

201/B. § A 201. §-ban és a 201/A. §-ban foglalt rendelkezések megsértése esetén a fogyasztóvédelmi hatóság jár el a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvényben meghatározottak szerint. E rendelkezések a fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény alkalmazásában fogyasztóvédelmi rendelkezések.”

37. § Az elektronikus hírközlésről szóló 2003. évi C. törvény 162. §-ának (1) és (2) bekezdése helyébe a következő rendelkezések lépnek:

„(1) Az emberi beavatkozás nélküli, automatizált hívórendszer vagy előfizetői kapcsolat létrehozására szolgáló más automatizált eszköz az előfizető tekintetében csak akkor alkalmazható közvetlen üzletszerzés, tájékoztatás, közvélemény- és piackutatás céljára, ha ehhez az előfizető előzetesen hozzájárult.

(2) Tilos közvetlen üzletszerzés, tájékoztatás, közvélemény- vagy piackutatás, valamint a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvény (a továbbiakban: Grt.) 6. §-ának hatálya alá nem tartozó közvetlen üzletszerzés, illetve egyéb, a Grt. szerinti reklámnak nem minősülő tájékoztatás céljából olyan előfizetővel kapcsolatot kezdeményezni, aki úgy nyilatkozott, hogy nem kíván ilyen kapcsolatfelvételt fogadni.”

38. § A mozgóképről szóló 2004. évi II. törvény 2. §-ának 2. pontjában a „gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII.” szövegrész helyébe a „gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló” szöveg lép.

Záró rendelkezések

39. § (1) Ez a törvény – a (2) bekezdésben meghatározott kivételekkel – 2008. szeptember 1-jén lép hatályba, eljárási szabályait a hatálybalépését követően indult eljárásokban kell alkalmazni.

(2) A 3. § *a*) pontja, az 5. § (4) bekezdése, a 19. §, a 23. § (5) bekezdése, valamint a 42. § 2009. március 1-jén lép hatályba.

40. § Hatályát veszti

a) a gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény 1. §-a, 2. §-ának *a*), *b*) és *d*)-*x*) pontja, 3–11. §-a, 12. §-ának (1) bekezdése, 12. §-a (2) bekezdésének bevezető szövegében a „vagy alkoholtartalmú ital” szövegrész, 13. §-ának (5) bekezdése, valamint 14–25/A. §-a,

b) az Szjtv. 36/A. §-ának (3) bekezdése,

c) a közoktatásról szóló 1993. évi LXXIX. törvény 122. §-ának (12) bekezdése,

d) a Katv. 2. §-ának (2) bekezdése és 22. §-a,

e) a Hpt. 202. §-a és az azt megelőző alcím, valamint 206/A. §-a,

f) az egészségügyről szóló 1997. évi CLIV. törvény 203. §-ának (2) bekezdése,

g) az állatok védelméről és kíméletéről szóló 1998. évi XXVIII. törvény 24/A. §-ának (2) bekezdésében a „, reklámozása, hirdetése” szövegrész,

h) a temetőkről és a temetkezésről szóló 1999. évi XLIII. törvény 27. §-ának (3)–(5) bekezdése,

i) a biztosítókról és a biztosítási tevékenységről szóló 2003. évi LX. törvény 3. §-a (1) bekezdésének 25. pontja, 8. §-át megelőző alcím, 8. és 9. §-a.

41. § A gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény 12. §-a (2) és (3) bekezdésének, 13. §-a (1)–(4) bekezdésének és 13/A. §-ának megsértése miatt a fogyasztóvédelmi hatóság jár el, az e törvényben meghatározott szabályok szerint.

42. § Hatályát veszti a gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény.

43. § (1) Az e törvény hatálybalépését megelőzően a Katv. 21. §-a szerinti tilalmi listán szereplő személyeket a Katv. e törvénnyel módosított 21. §-a szerinti tilalmi listán tovább kell szerepeltetni.

(2) A 6. § (1) bekezdésétől eltérően az e törvény hatálybalépését megelőzően a közvetlen üzletszerző szerv, illetve az általa az adatok kezelésére, átvételére a Katv.-vel összhangban megbízott szerv által kezelt közvetlen üzletszerzési listán szereplő természetes személy érintettek részére előzetes és kifejezett hozzájárulásuk nélkül 2009. május 31-ig lehet közvetlen üzletszerzés módszerével – az Ektv. szerinti elektronikus hirdetés kivételével – reklámot tartalmazó küldeményt küldeni. Ha az érintett 2009. május 31-ig nem tett a 6. § (1) bekezdése szerinti hozzájáruló nyilatkozatot, adatai közvetlen üzletszerzési célból a továbbiakban nem kezelhetők, azokat törölni kell.

(3) A 6. §-tól eltérően, a vállalkozás – ha az érintett személy kapcsolattartásra szolgáló elektronikus levelezési címéhez egy áru értékesítése során jogszerűen jutott hozzá –, ugyanez a vállalkozás 2009. május 31-ig felhasználhatja ezeket az adatokat saját hasonló áruinak reklámozása céljából elektronikus hirdetés küldésére. Ez esetben biztosítani kell, hogy a reklám címzettje az elektronikus hirdetés megküldését ingyenesen, korlátozás és indokolás nélkül megtilthassa. A megtiltás lehetőségére egyértelműen és feltűnő módon fel kell hívni az érintett személy figyelmét mind a kapcsolattartói adatok gyűjtésekor, mind a későbbiekben, az egyes elektronikus hirdetések megküldésekor.

(4) A közvetlen üzletszerző szerv az érintett személynek az e törvény hatálybalépését követő első alkalommal történő megkeresése során, de legkésőbb 2009. május 31-ig köteles a közvetlen üzletszerzési listán szereplő érintett ter-

mészetes személyeket – a 6. § (7) bekezdése szerinti tartalommal – tájékoztatni a postai címzett reklámküldemények küldésének a 6. § (4) bekezdése szerinti megtiltása lehetőségéről.

44. § (1) A 32. §-t megelőző alcím és a 32–38. §, valamint a 40. § 2008. szeptember 2-án hatályát veszti.

(2) A 41. § és a 42. § 2009. március 2-án hatályát veszti.

(3) A 43. § 2009. június 1-jén hatályát veszti.

(4) E § 2009. június 2-án hatályát veszti.

45. § (1) Ez a törvény a következő uniós jogi aktusoknak való megfelelést szolgálja:

a) az Európai Parlament és a Tanács 2006/114/EK irányelve (2006. december 12.) a megtévesztő és összehasonlító reklámról (kodifikált változat) [a 2. §, a 3. § *d)*, *g)–i)* és *r)* pont, a 12. §, a 13. § (1) és (2) bek., a 23. § (3) és (6) bek., a 24. § (2) és (3) bek., és a 27–29. §, valamint a 30. § (1) és (4) bek.],

b) az Európai Parlament és a Tanács 2003/33/EK irányelve (2003. május 26.) a tagállamok dohánytermékek reklámozására és szponzorálására vonatkozó törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezéseinek közelítéséről, az 5. cikk (2) bekezdése kivételével [a 3. § *a)* és *p)* pont, a 19. § (1) és (2) bek., (4) bek. *a)* és *b)* pont, a 20. §, a 23. § (7) bek. és a 26. § (2) bek.],

c) az Európai Parlament és a Tanács – a 97/36/EK és a 2007/65/EK irányelvekkel módosított – 89/552/EKGK irányelve (1989. október 3.) a tagállamok audiovizuális médiaszolgáltatások nyújtására vonatkozó egyes törvényi, rendeleti vagy közigazgatási rendelkezéseinek összehangolásáról, 3e. cikk (1) bekezdés *e)* pontja és 15. cikk [a 18. § (1) bek.].

(2) Ez a törvény a következő uniós jogi aktusok végrehajtásához szükséges rendelkezéseket állapítja meg a Gazdasági Versenyhivatal feladatkörében és eljárásában:

a) az Európai Parlament és a Tanács 2006/2004/EK rendelete (2004. október 27.) a fogyasztóvédelmi jogszabályok alkalmazásáért felelős nemzeti hatóságok közötti együttműködésről, 4. cikk (1) és (6) bekezdés [a 28. § (1) bek., a 30. § (3) bek. és a 31. § (1) bek.],

b) a Bizottság 2007/76/EK határozata (2006. december 22.) a fogyasztóvédelmi jogszabályok alkalmazásáért felelős nemzeti hatóságok közötti együttműködésről szóló 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendeletnek a kölcsönös jogsegély vonatkozásában való végrehajtásáról [a 31. § (2) bek.],

c) a Bizottság 2008/282/EK határozata (2008. március 17.) a fogyasztóvédelmi jogszabályok alkalmazásáért felelős nemzeti hatóságok közötti együttműködésről szóló 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendeletnek a kölcsönös jogsegély vonatkozásában való végrehajtásáról szóló 2007/76/EK határozat módosításáról [a 31. § (2) bek.].

Sólyom László s. k.,
köztársasági elnök

Dr. Szili Katalin s. k.,
az Országgyűlés elnöke

A Kormány rendeletei

A Kormány 169/2008. (VI. 28.) Korm. rendelete

a befektetési vállalkozás működési kockázatának tőkekövetelményéről

A Kormány a befektetési vállalkozásokról és az árutőzsdei szolgáltatókról, valamint az általuk végezhető tevékenységek szabályairól szóló 2007. évi CXXXVIII. törvény 180. §-a (1) bekezdésének *f)* pontjában kapott felhatalmazás alapján, az Alkotmány 35. §-a (1) bekezdésének *b)* pontjában foglalt feladatkörében eljárva a következőket rendeli el:

1. §

(1) E rendelet hatálya a befektetési vállalkozásra terjed ki.

(2) E rendelet alkalmazásában

1. *működési kockázat*: a nem megfelelő vagy rosszul működő belső folyamatokból, személyekből és rendszerekből vagy külső eseményekből eredő veszteség kockázata, amely magába foglalja a jogszabályban, szerződésben vagy belső szabályzatban foglaltak megsértése vagy nem teljesítése miatt lehetséges veszteség kockázatát is,

2. *Felügyelet*: a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete.

2. §

(1) A befektetési vállalkozás – a (2) bekezdésben meghatározott kivétellel – a működési kockázat tőkekövetelményét

a) az alapvető mutató módszer,

b) a sztenderd módszer,

c) a fejlett mérési módszer,

d) az alapvető mutató módszer és a sztenderd módszer együttes,

e) a fejlett mérési módszer és az alapvető mutató módszer együttes, vagy

f) a fejlett mérési módszer és a sztenderd módszer együttes alkalmazásával számítja ki. A *b)–f)* pont szerinti módszer a Felügyelet engedélye alapján alkalmazható.

(2) Ha a befektetési vállalkozás nem rendelkezik a befektetési vállalkozásokról és az árutőzsdei szolgáltatókról, valamint az általuk végezhető tevékenységek szabályairól szóló 2007. évi CXXXVIII. törvény 5. §-a (1) bekezdésének *c)* és *f)* pontjában meghatározott befektetési szolgáltatási tevékenység végzésére engedéllyel, akkor a működési kockázat tőkekövetelményének összege nem lehet keve-