



Címzett: **Kövér László, az Országgyűlés elnöke**

Tárgy: **Törvényjavaslat benyújtása**

Benyújtó: **ismeretlen**

Törvényjavaslat címe: **"Közpénzt csak közcélra!" elv érvényesítése érdekében a köztulajdonban álló gazdasági társaságok takarékosabb működéséről szóló 2009. évi CXXII. törvény módosításáról**

Az Alaptörvény 6. cikk (1) bekezdése alapján „**"Közpénzt csak közcélra!" elv érvényesítése érdekében a köztulajdonban álló gazdasági társaságok takarékosabb működéséről szóló 2009. évi CXXII. törvény módosításáról**” címmel a mellékelt törvényjavaslatot kívánom benyújtani.

2025. évi törvény

"Közpénzt csak közcélra!" elv érvényesítése érdekében a köztulajdonban álló gazdasági társaságok takarékosabb működéséről szóló 2009. évi CXXII. törvény módosításáról

[1] Magyarországon jelenleg szinte teljesen szabályozatlan módon költhetnek adományozásra, szponzorációra és reklámra vonatkozó megállapodásokat a köztulajdonban álló gazdasági társaságok, ami ahhoz vezetett, hogy a költséghatékonyság és célszerűség helyett a politikai érdekek és a személyes kapcsolatok határozták meg a közös források elköltését.

[2] Annak érdekében, hogy az Országgyűlés következetesen érvényre juttassa a "Közpénzt csak közcélra!" elvet, ezért valamennyi, köztulajdonban álló gazdasági társaság által nyújtott adományok, szponzorációk, illetve igénybe vett reklám tevékenység törvényi szintű szabályozása érdekében a következő törvényt hozza:

1. §

A köztulajdonban álló gazdasági társaságok takarékosabb működéséről szóló 2009. évi CXXII. törvény 1. §-a a következő h)-j) ponttal egészül ki:

(E törvény alkalmazásában)

- „h) adomány: az a pénzbeli vagy természetbeni juttatás, amelyet az adományozó az adományozott alapcéljának elérésére ellenszolgáltatás nélkül juttat,
- i) szponzoráció: az a pénzbeli vagy természetbeni juttatás, amelynek célja, illetve közvetlen vagy közvetett hatása a szponzorációt nyújtó ismertségének, népszerűségének növelése, tevékenysége igénybevételének ösztönzése,
- j) reklám: a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló törvény szerinti gazdasági reklám.”

2. §

A köztulajdonban álló gazdasági társaságok takarékosabb működéséről szóló 2009. évi CXXII. törvény a következő 7/N-7/P. §-sal egészül ki:

„7/N. §

A köztulajdonban álló gazdasági társaság adományt kizárólag az egyesülési jogról, a közhasznú jogállásról, valamint a civil szervezetek működéséről és támogatásáról szóló törvény szerinti közfeladatot ellátó civil szervezet - ide nem értve a közfeladatot ellátó közérdekű vagyonkezelő alapítványt - részére nyújthat.

7/O. §

(1) A köztulajdonban álló gazdasági társaság szponzorációt kizárólag akkor nyújthat, amennyiben az általa elérni kívánt cél

- a) egyértelműen kapcsolódik a társaság üzleti stratégiájához,
- b) objektívan mérhető és igazolható módon növeli a társaság ismertségét, népszerűségét, árbevételét, versenyképességét vagy piaci részesedését.

(2) A köztulajdonban álló gazdasági társaság szponzoráció nyújtása előtt köteles előre meghatározni

a célkitűzéseket és a várható eredményeket, melyeket a (3) bekezdés szerinti beszámolóban is rögzít.

(3) A köztulajdonban álló gazdasági társaság a szponzorációs tevékenység megvalósulását követő 60 napon belül elkészíti az (1)-(2) bekezdés szerinti cél megvalósulását vagy elmaradását bemutató, mérőszámokat tartalmazó beszámolót, továbbá az annak összeállításához felhasznált módszertant. A beszámolót a köztulajdonban álló gazdasági társaság honlapján közzéteszi.

7/P. §

(1) A köztulajdonban álló gazdasági társaság reklám közzétételére irányuló szolgáltatást átlátható, objektív, arányos és megkülönböztetésmentes kritériumok alapján kiválasztott reklám közzétevők útján vehet igénybe.

(2) Az (1) bekezdés szerinti követelmények közé tartozik különösen, hogy az egy naptári év során a köztulajdonban álló gazdasági társaság által igénybe vett reklámtevékenységért a reklám közzétevők részére teljesített ellenszolgáltatás eloszlásának a reklám közzétevők - tevékenysége szerinti - médiapiaci részesedése arányában kell állnia. Az arány megállapítása során elsősorban az adott médiapiacra jellemző objektív mérőszámokat - nézettség, hallgatottság, online látogatottság - kell alkalmazni.

(3) Amennyiben a köztulajdonban álló gazdasági társaság reklámközvetítőn keresztül kíván reklám közzétételére irányuló szolgáltatást igénybe venni, a köztulajdonban álló gazdasági társaság a reklámközvetítő részére kifizetést csak akkor teljesíthet, ha a reklámközvetítő által a köztulajdonban álló gazdasági társaság részére megvalósított tevékenysége az e § szerinti követelményeknek megfelel.

(4) A Nemzeti Kommunikációs Hivatalnak az általa fenntartott központosított közbeszerzési és beszerzési rendszer működtetése során meg kell felelnie az e § szerinti követelményeknek. A Nemzeti Kommunikációs Hivatal kizárólag olyan reklámközvetítővel köthet szerződést és olyan reklámközvetítő részére teljesíthet kifizetést, mely által megvalósított tevékenység az e § szerinti követelményeknek megfelel.”

3. §

Ez a törvény a kihirdetését követő nyolcadik napon lép hatályba.

Általános indokolás

2015 és 2024 között 22,41 milliárd forint adományt osztott ki a Szerencsejáték Zrt., mely az MSZP által, másfél évig húzódó per eredményeképpen megismerhető adatokból derült ki a közvélemény számára.

A 22,41 milliárdnyi támogatás 63 százaléka szponzoráció, 37 százaléka adomány volt, melyért tehát semmilyen eredményt vagy más, objektíve mérhető célt nem kellett bemutatnia a támogatott szervezeteknek - pedig voltak bőven: összesen 1872 alapítvány, egyesület és cég kapott adományt vagy szponzorációt.

A Szerencsejáték Zrt. kedvezményezettjei között szerepelnek olyan szervezetek is, melyek valamilyen formában segítik a Kormányt: a Békemeneteket szervező Civil Összefogás Közhasznú Alapítványnak (CÖF) összesen 289,5 millió forint támogatást ítélték meg, gyakorlatilag azért, hogy működni tudjon. Ezzel a CÖF a 11. legnagyobb támogatást kapta, a Szövetség a Nemzetért Alapítványt pedig még ennél is jobban megszórták közpénzzel: 2015 óta összesen 440 millió forinthez jutott hozzá.

Azt javasoljuk, hogy vessünk véget a politikai alapú támogatásoknak! Be kell vezetni a „Közpénzt csak közcélra!” elvet.

Jelen Javaslat célja, hogy adomány kizárólag közfeladatot ellátó civil szervezet részére legyen nyújtható (ide nem értve a közfeladatot ellátó közérdekű vagyonkezelő alapítványokat), szponzoráció kapcsán pedig egyértelművé kell tenni, hogy ebben az esetben is maradéktalanul érvényre kell juttatni a közérdeket: csak a gazdasági társaság ismertségét, népszerűségét, árbevételét növelő, versenyképességét, piaci pozícióit erősítő célt szolgálhat a szponzoráció. Amennyiben ez el nem érhető, akkor szponzoráció nem juttatható.

A European Media Freedom Act EU-s rendelet előírásainak eleget téve a Javaslat előírja, hogy a köztulajdonban álló gazdasági társaság kizárólag objektív módon választhat a reklámot közzétevők között, elsősorban a médiapiaci részesedésük alapján. Mindezzel meggátolható, hogy egyes, a Kormány által kiemelt médiaszereplők részesülhessenek az állami megrendelések túlnyomó többségében, míg a más versenytársat pedig elzárják ettől a lehetőségtől.

Elvárjuk, hogy az előírásoknak az a Nemzeti Kommunikációs Hivatal is tegyen eleget, amely eddig irányított közbeszerzések sorával biztosította, hogy csak a Kormánynak kedves médiaszolgáltatók jussanak állami megrendelésekhez.

Részletes indokolás

1. §

A jogkövető magatartás elősegítése érdekében az Országgyűlés meghatározza az adomány, a szponzoráció és a reklám fogalmát.

2. §

A Javaslat egyértelművé teszi, hogy adomány kizárólag közfeladatot ellátó civil szervezet részére nyújtható (ide nem értve a közfeladatot ellátó közérdekű vagyongazdálkodó alapítványokat, melyek több százmilliárdos állami vagyonelemekhez jutottak az elmúlt években).

A szponzoráció kapcsán támogatotti kört ugyan nem határoz meg a Javaslat, de egyértelművé teszi, hogy ebben az esetben is maradéktalanul érvényre kell juttatni a közérdeket: csak a gazdasági társaság ismertségét, népszerűségét, árbevételét növelő, versenyképességét, piaci pozícióit erősítő célt szolgálhat a szponzoráció. Amennyiben ez el nem érhető, akkor szponzoráció nem juttatható.

Az eredményeket a társaságnak utólag mérőszámokkal kell igazolnia, melyeket a honlapján is közzé kell tennie.

A reklám igénybevétele korlátainak megállapítása során az Országgyűlésnek tekintettel kell lennie a már elfogadott European Media Freedom Act néven ismertté vált EU-s rendeletre, melyet egyedül Magyarország nem támogatott a tagállamok közül. A rendelet előírásainak eleget téve a Javaslat előírja, hogy a köztulajdonban álló gazdasági társaság objektív módon választhat a reklámozók között, elsősorban a médiapiaci részesedésük alapján.

Mindezzel meggátolható, hogy egyes, a Kormány által kiemelt médiaszereplők részesülhessenek az állami megrendelések túlnyomó többségében, míg a más versenytársak pedig elzárják ettől a lehetőségtől. Ha csak a legutóbbi országgyűlési választások évére gondolunk:

- a TV2 28 milliárd,
- a Mediaworks majd 16 milliárd,
- a Publimont 13,5 milliárd,
- a Mandiner 297 millió forintot kapott.

Ezzel szemben az RTL Magyarország pl. kevesebb, mint 4 milliárdot, a HVG pedig mindössze 29 millió forint értékű állami hirdetést tett közzé.

3. §

Hatályba léptető rendelkezés.