

**Írásbeli választ igénylő kérdés: E-005619/2014**

**a Bizottság számára**

az eljárási szabályzat 130. cikke

**Péter Niedermüller (S&D) és Csaba Molnár (S&D)**

Tárgy: A magyarországi reklámadó és annak összeegyeztethetősége a média szabadságának uniós normáival

A 2014. június 17-én kihirdetésre került, majd 2014. július 18-án hatályba lépő magyarországi reklámadóról szóló 2014. évi XXII. törvény negatívan érinti a magyar média pluralizmusát, korlátozza a sajtószabadságot, valamint torzítja a médiapiaci versenyt. A reklámadót a sajtótermékeknek kell fizetniük reklámbevételeik után, progresszív módon. A reklámból származó bevétel évi félmilliárd forintig adómentes, míg 20 milliárd forint felett a bevétel 40%-a kerül elvonásra. A törvény a kormány egyértelműen kinyilvánított szándéka szerint az ellenzékének nem mondható, de a kormány által nem ellenőrzött TV-csatorna, az RTL Klub ellen irányul. A magyar reklámtörvénnyel kapcsolatban az EBESZ sajtószabadságért felelős képviselője, Dunja Mijatović is kifejezte aggodalmait.

1. A nemrégiben elfogadott, a médiapluralizmust korlátozó, a média politikai és pénzügyi függetlenségét aláásó reklámadó-törvény mennyiben felel meg a független médiával kapcsolatos európai értékeknek és normáknak?
2. A mediaszabadságot korlátozó intézkedések mennyiben egyeztethetőek össze az Európai Unióról szóló szerződés (EUSZ) 2., 3., 6. és 7. cikkével, az Európai Unió működéséről szóló szerződés (EUMSZ) 49., 56., 114., 167. és 258. cikkével, az Európai Unió Alapjogi Chartájának 11. cikkével, és az emberi jogok európai egyezményének (EJEE) az alapvető jogok tiszteletben tartásához, előmozdításához és védelméhez, és különösen a véleménynyilvánítás és a tájékozódás szabadságához és a médiapluralizmushoz való joghoz kapcsolódó 10. cikkével?
3. Amennyiben nincs összhangban, szándékában áll-e a Bizottságnak jogi eljárást kezdeményezni annak érdekében, hogy e törvény megfeleljen az uniós vívmányoknak?