

1. számú melléklet

Reklámetikai kódex

Előszó

Jelen Reklámetikai Kódex összefoglalja a Szerencsejáték Zrt. által a reklám- és a kereskedelmi kommunikáció területén betartandó mindazon előírásokat, valamint a Társaság által önkéntesen vállalt korlátozásokat, amelyeket magára nézve kötelezően elismer, és amelyeket a tevékenysége során betartani kíván.

A Kódex betartása 2010 óta alapvető pillére a Társaság felelős játékszervezési elkötelezettségének. Megszövegezésénél kiindulópontként szolgált a European Lotteries (EL) Felelős Játékszervezési Szabványához kapcsolódó Tanúsítási Keretterv VI. fejezete (Reklám és marketing), valamint a Magyar Reklámszövetség által kiadott Magyar Reklámetikai Kódex.

A hivatkozott dokumentumok időközbeni változása, továbbá a gyakorlati alkalmazás során szerzett tapasztalatok, valamint a Társaságon belüli szervezeti változások tették szükségessé a kódex jelenlegi átfogó módosítását, a Kódex új, aktualizált kiadását.

A Reklámetikai Kódex nyilvános, amelyet a végrehajtásban érdekelt személyeknek ismerni kell. A Kódexet a Szerencsejáték Zrt. a vele szerződéses kapcsolatban álló üzleti partnereivel, harmadik személyekkel minden esetben megismerteti, elveinek és iránymutatásainak betartását maradéktalanul elvárja, a partnerei kötelezettségévé teszi, hogy az általuk készített reklám és kommunikációs eszközök a Kódexben rögzített elvárásoknak teljeskörűen megfeleljenek.

1. A Kódex hatálya alá tartozó tevékenységek

1.1. Jelen kódex szabályai szerint kell eljárni a Szerencsejáték Zrt. (a továbbiakban: Társaság) érdekében készülő reklám és kereskedelmi kommunikáció előkészítése és közzététele során. A reklám fogalma alatt értendők a Társaság arculatát, imázsát támogató reklámok, a társadalmi célú hirdetések (a továbbiakban együttesen: **cégreklám**), a Társaság egyes termékeit, illetve termékcsoportjait támogató termékreklámok, valamint termékeivel kapcsolatos szolgáltatásainak hirdetése (a továbbiakban: **termékreklám**). A kereskedelmi kommunikáció fogalma alatt az eladásösztönzés és a fogyasztókkal folytatott kereskedelmi kommunikációs gyakorlat más formái (a továbbiakban együtt: **kereskedelmi kommunikáció**) értendők.

1.2. A reklámra és a kereskedelmi kommunikációra azok megjelenési formájától és közzétételi helyétől függetlenül alkalmazandó a Kódex. A **hagyományos reklámeszközök** mellett így kiterjed a **digitális környezetben használt reklámra**, az interneten és mobil eszközökön küldött vagy közzétett tartalomra, az online viselkedés-alapú reklámra (OBA) és ezek fogyasztókhoz való eljuttatásának módjára.

1.3. Jelen kódex **elvi iránymutatást** tartalmaz a Szerencsejáték Zrt. által közvetlenül, illetve a nem közvetlenül nyújtott, de a Társasághoz köthető **támogatásokra és szponzorációra**.

1.4. A jelen kódexben részletesen nem szabályozott kérdésekben a Társaság magára nézve kötelezőnek ismeri el az Önszabályozó Reklám Testület által gondozott Magyar Reklámetikai Kódexet.

2. A reklám és a kereskedelmi kommunikáció célcsoportjára vonatkozó szabályok

2.1. A termékreklám és a kereskedelmi kommunikáció nem célozhat meg a) a koruk (18 év alattiak),
b) a társadalmi helyzetük (erősen korlátozott anyagi lehetőségek) vagy
c) a játékszokásaik (játékszenvedély)

2.2. A sérülékeny csoportok – különösen a 18 éven aluliak – védelme érdekében a termékreklámban és a kereskedelmi kommunikációban a) a felhasznált eszköz lehetőségeihez igazodva hangban vagy képből meg kell jeleníteni a 18 éven aluliak szerencsejátékban való részvételének tilalmára vonatkozó figyelmeztetést,

b) nem szerepelhet kimondottan a 18 éven aluliakat célba vevő valódi vagy kitalált személy, alak.

2.3. A reklámeszközöket, azok felhasználási területeit és a kommunikáció fő mondanivalóját úgy kell megválasztani, illetve kialakítani, hogy azok a sérülékeny csoportokat ne célozzák meg, számukra ne jelentsenek vonzerőt, a részvételüket ne ösztönözzék miatt sérülékenynek minősülő csoportokat.

2.4. Kizárólag olyan személyek számára küldhető reklám, akik elérhetősége (címe, telefonszáma, e-mail címe stb.) a törvényi szabályozásnak megfelelően és úgy került Társaságunk birtokába, hogy előzetesen – elektronikus úton vagy írásban – egyértelműen hozzájárultak a reklámok fogadásához. Ilyen reklám minden esetben csak olyan tárgyban és csatornán küldhető, amire a felhasználó által adott eredeti engedély szól, és azt is csak ésszerű mennyiségben és gyakorisággal. Minden ilyen küldeményben világosan fel kell tüntetni, hogy a felhasználónak milyen lehetősége van a küldemények fogadásához való hozzájárulás visszavonásának.

2.5. A Társaság szerencsejáték-szervezésre irányuló tevékenysége jelen Kódex kiadásakor kizárólag Magyarország területére terjed ki. Ennek megfelelően – a jogosultság ezen irányú változásáig – nem végez az országhatáron túlra irányuló reklám és kereskedelmi kommunikációs tevékenységet játékaik és szolgáltatásai népszerűsítése, értékesítése érdekében.

2.6. A cégreklámnak abban az esetben lehet célcsoportja sérülékenynek minősülő csoport, amennyiben a cégreklám a Társaság felelős játékszervezési tevékenységét és ezzel összefüggő elkötelezettségét jeleníti meg.

2.7. A Társaság nem működik együtt olyan szolgáltatókkal, amelyek a szerencsejátékban való részvétel céljára azonnal lehívható gyorshiteleket kínálnak.

3. A reklám és a kereskedelmi kommunikáció üzenetére vonatkozó elvárások

3.1. A cégreklám elsősorban a Társaság hatályos és nyilvános dokumentumaiban megfogalmazott küldetése és értékei közvetítésére hivatott, kiemelten kezelve a felelős játékszervezési elkötelezettséget, a sérülékeny csoportok védelmét. Üzeneteként szerepelhet ezen felül a szerencsejátékokból származó bevételek társadalmi értékteremtés érdekében történő felhasználásának kommunikációja is.

3.2. A termékreklám és kereskedelmi kommunikáció csak olyan szerencsejátékhoz kapcsolódhat, amely szerencsejáték szervezése az illetékes szerencsejáték-felügyeleti hatóság engedélye alapján történik. Ezek lehetnek

a) a Társaság által szervezett szerencsejátékok, amelyekre a szervezési engedélyt a Társaság kérte és kapta meg,

b) más szerencsejáték-szervező által szervezett szerencsejáték, amelynek Társaság által történő értékesítéséhez a szervezési engedélyt ezen szervező kérte és kapta meg, és amely termék értékesítését a Társaság ezen szervező értékesítési partnereként végzi.

3.3. Törekedni kell arra, hogy a termékreklám és kereskedelmi kommunikáció üzenete elsősorban a játékhoz kapcsolódó élményt, szórakozást állítsa a központba, és a nyereség lehetőségével kapcsolatban azt hangsúlyozza, hogy az főként a szerencsén múlik.

3.4. A termékreklám és kereskedelmi kommunikáció üzenete

a) nem sugallhatja, hogy a szerencsejáték megoldás a személyes, szakmai vagy nevelési problémákra, személyes vagy társadalmi kudarcokra,

b) nem sugallhatja, hogy a szerencsejáték a munkavégzés alternatívája, és így megoldást jelenthet a pénzügyi problémákra vagy a munkából származó jövedelem helyettesítője lehet;

c) nem sugallhatja, hogy a szerencsejátékból származó nyeremény a nyertest olyan valós élethelyzethez segíti hozzá, amely számára korlátlan lehetőségeket biztosít,

d) nem sugallhatja, hogy a szerencsejáték erősíti a szexuális vonzerőt, vagy szexuális kapcsolat kialakításához vezethet, vagy azt megkönnyítheti,

e) nem ösztönözhet az egyén anyagi lehetőségeit meghaladó költsékezésre,

f) nem kínálhat ésszerűtlen mértékű hűségösztönzőket, amelyek a szerencsejátékban való intenzívebb részvételre sarkallnak az azokkal elérhető nyerési esély növelés érdekében, valamint a hűségösztönző nem buzdíthat – amennyiben az a Társaság számára ismert – a játékos megszokott/átlagos költségéhez képest ésszerűtlen mértékű költség,

g) nem építhet az egyén pénzzel kapcsolatos aggodalmainak kihasználására;

h) nem buzdíthat az anyagi/pénzügyi veszteség(ek) behozására;

i) nem sugallhatja korlátlanul, hogy aki többet/nagyobb összegért játszik, az többet/nagyobb összeget nyer;

3.5. A Társaság által alkalmazott (GAMGard) játékmínősítési besorolás szerint a játékfüggőség szempontjából kockázatosabbnak ítélt (sárga vagy piros kockázati besorolású) termékek reklámja és kereskedelmi kommunikációja esetén fokozott körültekintéssel kell eljárni az üzenet meghatározásakor.

4. A reklám és kereskedelmi kommunikáció tartalmára vonatkozó elvárások

4.1. A Társaság reklámjainak beazonosíthatósága érdekében a reklámban meg kell jeleníteni a Szerencsejáték Zrt. céglogóját, továbbá termékreklám esetében jelezni kell a – törvényi szabályozáshoz igazodva – a 18 éven aluli személyek részvételére vonatkozó tiltást. Ezeken túlmenően

a Társaság felelős játékszervezői elkötelezettségét jelző elemet is el kell helyezni.

4.2. A reklám és kereskedelmi kommunikáció során:

- a) Az alkalmazott nyelv elsődlegesen a magyar, és idegen nyelvű elemek alkalmazásával sem kelthető olyan összhatás, amely a magyar nyelv szabályait sérti.
- b) Nemzetek jelképei a kommunikációs eszközökben a jó ízlés határai között használhatók fel, a használata során meg kell őrizni azok tekintélyét.
- c) Természeti, történelmi, tudományos, kulturális értékek, emlékek reklámban való alkalmazása nem sértheti azok megbecsülését.

4.3. A reklám és kereskedelmi kommunikáció:

- a) Nem adhat alapot hátrányos megkülönböztetésre etnikai hovatartozás, nemzetiség, vallás, életkor, nem, szexuális irányultság alapján, illetve a fogyatékkal élőkkel szemben, és ilyen jellegű diszkriminációt nem is ábrázolhat.
- b) Zárjon ki minden olyan tartalmat, amely erőszakot, szexuális kizsákmányolásra utaló témákat vagy törvényellenes viselkedést mutat be, illetve ilyenekre ösztönöz.
- c) Nem tartalmazhat olyan elemeket, és nem kelthet olyan összhatást, amely az emberi élet, az egészség vagy a testi épség veszélyeztetését, a természetes és épített környezet, valamint a köz- vagy magántulajdon károsítását vagy az állatok kínzását ösztönzi, támogatja vagy igazolja.

4.4. A szerencsejáték termék reklámja nem szólhat 18 éven aluliakhoz, nem lehet szereplője 18 évnél ténylegesen fiatalabb személy és nem is mutathat ilyen személyeket, illetve nem használhatja fel a rájuk jellemző szubkultúra elemeit.

4.5. A termék reklámja nem mutathat be szerencsejáték tevékenységet/ szerencsejátékban való részvételt munkavégzés helyett, illetve munkahelyi környezetben, azaz nem mutathatja be a szerencsejátékot olyan tevékenységként, amely helyettesítheti a jövedelem megszerzésére irányuló munkavégzést.

4.6. Cégreklám, sorsolási műsor, valamint a támogatási vagy a szponzorálási tevékenység kommunikációja esetén a korosztályi megkötés nem érvényesül, de körültekintően kell mérlegelni, hogy a 18 éven aluliak megjelenítése feltétlenül indokolt és csak a szükséges mértékű legyen. A 18 évnél fiatalabb személyek szerepeltetése megengedhető, ha az adott reklám a szerencsejátékból származó bevételek társadalmilag hasznos célokra fordítását jeleníti meg.

4.7. A termékreklámban a játékosok számára pontos tájékoztatást kell nyújtani, illetve számukra biztosítani kell a részletekről való teljes körű tájékozódás lehetőségét. Amennyiben nincs lehetőség egy reklámeszközön a teljes körű tájékoztatásra, akkor fel kell tüntetni, hogy a részletes információk hol érhetők el. A reklámeszközök nem tartalmazhatnak félrevezető vagy megtévesztő információkat,

különösen a szerencsejáték nyerési esélyeire vagy a részvételre, illetve a nyereményre vonatkozóan.

4.8. A kommunikációs eszközökön személyek neve, képmása, hangfelvétele, nyilatkozata jogosulatlanul nem használható fel. A kép- vagy hangfelvétellel közreműködő személyek részvételére vonatkozóan a közzétételt megelőzően megállapodást kell kötni, amely rögzíti a felhasználások módját, térbeli és időbeli hatályát.

5. Alkalmazott reklámeszközök korlátozása

5.1. Nem használható fel felületként vagy eszközként a kimondottan 18 éven aluliak számára készülő vagy sugárzott program, műsor, médiafelület.

6. A digitális térben végzett kommunikációra és igénybe vett média alkalmazására vonatkozó külön szabályok

6.1. A digitális úton közzétett reklám csak indokolható mértékben veheti igénybe a látogató rendelkezésére álló sáv szélességet, különösen a mobiltelefonokra és egyéb mobil eszközökre továbbított reklámok esetén.

6.2. Nem korlátozhatják a látogatók navigációs lehetőségeit, és a látogatók számára minden esetben biztosítani kell a lehetőséget, hogy a reklámot, vagy az azt tartalmazó oldalt egyszerűen bezárják, minimalizálják, vagy arról elnavigáljanak.

7. Eladásösztönzésre vonatkozó irányelvek

7.1. Az eladásösztönzés a kereskedelmi kommunikáció része, amelynek során a Társaság az általa kínált szerencsejátékok keresletét valamely a játékosai felé nyilvánossá tett többlet érték hozzáadásával vagy különleges ajánlattal kívánja fokozni. (Pl.: külön- és ajándéksorolások, nyereményjátékok, árcsökkentés, feltételhez kötött ajándékok, ajándék termékek, bónuszok). A termékek értékesítését végzők ösztönzésére szolgáló plusz eszközök (pl. értékesítési verseny meghirdetése, magasabb értékesítési jutalék(ok) meghatározása), amelyek a fogyasztók számára nem nyilvánosak, nem részei a kereskedelmi kommunikációnak.

7.2. Eladásösztönzés szervezhető a teljes értékesítési hálózatra, annak egyes szektoraira, egyes értékesítési csatornáira (pl. csak a Társaság által üzemeltetett értékesítőhelyeken vásárlóknak, vagy csak az interneten játszóknak), meghatározott földrajzi területre, illetve konkrét értékesítőhelyre (pl. kijelölt megyék területén lévő értékesítési pontok vagy egy konkrét értékesítőhely) vagy akár a regisztrációval rendelkező játékosok egy (pl. vásárlási szokásaik, játék-preferenciájuk, stb. alapján meghatározott) csoportjára is.

7.3. A vásárlók számára az adott eladásösztönző aktivitásban érintett értékesítőhelyeken, értékesítési csatornán lehetővé kell tenni a teljes körű információhozáférést a vásárlási döntés meghozatalához.

7.4. Az eladásösztönzés feltételeinek a vásárlók számára világosnak és egyértelműnek kell lenniük. A kapcsolódó kommunikációnak tartalmaznia kell minden lényeges, a fogyasztói döntés befolyásolására alkalmas információt, a felkínált többlet értékhez jutás módjának, a különleges ajánlat igénybevételének feltételeit, illetve az esetleges korlátozásokat (pl. időbeli, személyi hatály, készletek korlátozottsága stb.), és azoknak az eladás helyén rendelkezésre kell állniuk. Amennyiben az eladásösztönzés a játékosok széles körének szól és az abban való részvétel az értékesítőhelyeken (is) lehetséges, akkor annak feltételeiről a játékosokat az értékesítőhelyeken (valamint az értékesítést végző személyeket is) megfelelően informálni kell. Ennek módja az eladásösztönzés formájától függően eltérő lehet (szórólap,

tájékoztató plakát stb.), azonban mindenképpen világosan és egyértelműen kell megfogalmazni a feltételeket. Amennyiben nincs lehetőség egy reklámeszközön a teljes körű tájékoztatásra, akkor az eszközön fel kell tüntetni, hogy a részletes információk hol érhetők el. Ha az értékesítést ösztönző ajánlat személyre szabott, ezáltal a játékosok csak bizonyos/szűkebb körének érhető el, akkor a részükre történő meghirdetés keretében gondoskodni kell arról, hogy számukra a részvételre vonatkozóan döntés meghozatalához szükséges minden információ rendelkezésre álljon.

7.5. Az eladásösztönzéssel kapcsolatos kommunikáció nem lehet megtévesztő, különösen az ajándék értéke, illetve a reklámozott termékhez kötődése tárgyában.

7.6. Megfelelő ellenőrzéssel biztosítani kell, hogy az eladásösztönzés szervezése és lebonyolítása megfeleljen a játékosok ésszerű elvárásainak, különösen: a) az ígért előnynek (ajándéknak) a várható igényekhez igazított mennyiségben és ésszerű időn belül rendelkezésre kell állnia, elkerülhetetlen késedelem esetén a fogyasztót tájékoztatni kell és a szükséges intézkedéseket a hiba kijavítására meg kell tenni,

b) a hibás ajándékot ki kell cserélni, vagy a fogyasztót megfelelő módon kárpótolni kell.

7.7. Egy eladásösztönzés során többféle nyeremény, ajándék, bónusz is megjelölhető, de nem határozhatók meg olyan feltételek a többlet juttatás megszerzése érdekében, amelyek a célzott fogyasztói csoport(ok) magatartástól alapvetően eltérnek, és a csoport(ok)ra jellemző fogyasztói költség sokszorosát várják el.

7.8. El kell kerülni, hogy az eladásösztönző akció azt sugallja a résztvevők számára, hogy minél többet költ valaki, annál többet/nagyobb összeget nyer(het). A részvételi feltételek és az elérhető nyeremények meghatározása csak korlátozott mértékben lehet progresszív, azaz mind a költségre, mind a nyeremények értékére felső korlátot kell alkalmazni.

7.9. Az eladásösztönzés keretében a játékosnak adott, vásárlásra/játékra felhasználható ajándék felhasználására (pl. kedvezményt vagy ajándék alapjátékot biztosító kupon beváltására, bónusz felhasználására) elegendő időt és elegendő játékkínálatot kell biztosítani a játékos számára.

7.10. Azokat az eladásösztönző tevékenységeket, amelyekre a Szerencsejáték Zrt. által meghatározottakon kívül egyéb, külső szabályok (is) vonatkoznak, ezen külső szabályok maradéktalan betartása mellett kell folytatni.

7.11. A reklámhoz hasonlóan az eladásösztönzés során kínált előnyök, különleges ajánlatok, ajándékok sem célozhatják a 18 évnél fiatalabb korosztályt (az ajándék nem lehet pl. 18 évnél fiatalabb korosztály számára készült rajzfilmekből ismert figura/alak vagy ilyen figurát/alakot ábrázoló tárgy).

7.12. Tilos olyan ajándékot felkínálni, amely – rendeltetésszerű használata mellett – a játékosra vagy más személyre veszélyes lehet vagy kárt okozhat.

7.13. Az értékesítést ösztönző aktivitások keretében kínált (szóró)ajándékok kiválasztásakor törekedni kell arra, hogy azok – adott szóróajándéktól függően – újrahasznosított/nem műanyag ajándékok legyenek.

8. Bónuszok

8.1. Az eladásösztönzés egyik kiemelt fajtája a bónuszok alkalmazása az elektronikus értékesítési csatornákon regisztrációval rendelkező játékosok körében.

8.2. A Társaság gyakorlatában a bónusz a játékos ú. n. belső egyenlegén belül a csak szerencsejátékra fordítható ú. n. bónusz egyenlegén való összeg jóváírását jelenti.

8.3. A bónusz felkínálása, kilátásba helyezése csak olyan feltételek mellett történhet meg, amelyek nem ösztönzik ésszerűtlen költségre a fogyasztókat.

8.4. A bónuszok elsősorban a játékokhoz való csatlakozási szándékot, azaz regisztrációt, vagy a regisztrációt és egyéb meghatározott feltétel együttes teljesítését, illetve a játékban való részvétel gyakoriságát vagy a megjátszott tét nagyságát hivatottak díjazni.

8.5. A Társaság fix és nem fix összegű bónuszokat (pl. üdvözlő/regisztrációs bónusz) is alkalmaz. Amennyiben az alkalmazott bónusz nem fix összegű, akkor csak korlátozott mértékben lehet progresszív, vagyis mind az elvárt költségre, mind az elérhető bónuszra felső korlátot kell alkalmazni.

9. Sorsolási műsorokra vonatkozó irányelvek

9.1. A sorsolások nyilvánosságának biztosítása érdekében a Társaság a sorsolások egy részét televíziós csatornákon keresztül – élőben vagy felvételtől – közvetíti. A műsorok tartalmára érvényes minden, a Kódexben adaptálható elvárás.

9.2. Az ilyen sorsolások alkalmával közzé tehető olyan információk, amelyek az adott játékra, a műsorra, a játékosok műsorban való részvételére vonatkoznak, illetve amelyek a műsortól függetlenek, de a játékosok számára elengedhetetlen információk a játékban való részvételt illetően.

9.3. Ha a sorsolási műsorban a jogszabályok szerint megengedett termékelhelyezésre kerül sor (más saját termék megjelenítése, ezekhez kapcsolódó értékesítés-ösztönző akció népszerűsítése stb.), azt nem hivalkodó módon, a műsor struktúrájába illeszkedően kell megvalósítani.

10. Támogatásra és szponzorálásra vonatkozó irányelvek

10.1. Nem támogatható és nem szponzorálható olyan személy vagy szervezet, akinek/amelynek profitorientált tevékenysége elsősorban kiskorúakat céloz meg.

10.2. 18 éven aluliak érdekeit szolgáló támogatás esetében nem adható ellentételezést is elváró szponzoráció, kizárólag adomány, amelynél az adományozottat nem terheli a Társaság felé kötelezettség.

10.3. Nem támogatható olyan kérés, amelynek felismerhető célja a kérelmező pénzügyi csődjének elkerülése.

10.4. Nem támogatható olyan program, amely etnikai hovatartozás, nemzetiség, vallás, életkor, nem, szexuális irányultság alapján különböztet meg, illetve a fogyatékkal élőket diszkriminálja.

10.5. El kell kerülni olyan tartalmú pályázatokat, amelyek félrevezető tartalmakat és megtévesztő információkat tartalmaznak.

10.6. Nem nyújtható támogatás olyan programra, amely a játékokban való részvétel céljára azonnal lehívható hitelekre utal.

10.7. Ki kell zárni minden olyan program támogatását, amely hozzájárulhat a kóros játékszenvedély kialakulásához.

11. Eljárás a reklám és kereskedelmi kommunikáció előkészítése során

11.1. A jelen Kódexnek megfelelő magatartás betartásáért az adott reklámot, illetve kereskedelmi kommunikációt előkészítő, illetve szervező szervezeti egység a felelős.

11.2. A szabályok alkalmazását érintő kétség esetén ki kell kérni a Társaság társadalmi felelősségvállalási tevékenységét koordináló szervezeti egységének a véleményét.

11.3. A kommunikációs és támogatási tevékenysége során a Társaság

11.4. A Reklámetikai Kódexben leírtakat a Társasággal kapcsolatban álló külső partnerekkel (reklámügynökségek, PR-ügynökségek, szerkesztőségek, produkciókat gyártó cégek, stb.) is meg kell ismertetni, azt a feléjük irányuló kommunikációnak (pl. briefnek) tartalmaznia kell, valamint a Kódexben foglaltak betartását a velük kötött szerződésekben is rögzíteni kell.

a) a Magyar Reklámetikai Kódexben foglaltakat, kiemelten annak a szerencsejátékok reklámjaira vonatkozó különös szabályait,

b) az Önszabályozó Reklám Testület (ÖRT) tagjaként annak ajánlásait, valamint

c) az European Lotteries (EL – Európai Állami Lottótársaságok Szövetsége) és a Word Lotteries Association (WLA – Lottótársaságok Világszövetsége) vonatkozó szabványait magára nézve kötelezően elfogadja.

Budapest, 2020. június