Ügyszám: 26/A/2006-12

Nagy Zoltán elnök úrnak

Gazdasági Versenyhivatal

Tisztelt Elnök Úr!

A ⁄Smart jelentkezési lap⁄ tárgyában lefolytatott adatvédelmi vizsgálat ⁄ a Gazdasági Versenyhivatal egyértelmű állásfoglalásának köszönhetően - lezárult, a vizsgálat eredményéről az alábbiakban tájékoztatom Elnök Urat:

A panaszos által hozzám eljuttatott, 2006. januárjában beszerzett adatlap II. pontjában, a ⁄csillaggal megjelölt dohányzással kapcsolatos kérdésekre adott IGEN válasz esetén érvényes feltételek⁄ között szerepel egy olyan kitétel, mely alapján az érintett hozzájárul ahhoz, hogy a BAT Pécsi Dohánygyár Rt. életkorát ellenőrizze, és reklámanyagokat küldjön a megadott címre.

A panaszos a gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvényben (röv.: Grtv.) foglalt reklámtilalomra hivatkozva kérte a Smart jelentkezési lappal összefüggésben a jogellenes adatkezelés megállapítását, mert érvelése szerint ⁄*A Shell Hungary Kft. tehát ötvenforintnyi smart pontot ⁄ tehát pénzt ⁄ ajánl fel arra az esetre, ha a jelentkező hozzájárul adatai felhasználásához dohányreklám üzenetek eljuttatása érdekében⁄.*

A vizsgálat során megkerestem a reklám-felügyeleti eljárás lefolytatására jogosult Fogyasztóvédelmi Felügyelőség igazgatóját, aki 2006. június 15-én érkezett válaszában arra hivatkozott, hogy munkatársa ⁄próbavásárlóként⁄ kitöltött egy Smart kártyát, de az azóta eltelt időszakban nem kapott kézhez dohányreklám tartalmú levelet, ezért az eljárást a Fogyasztóvédelmi Felügyelőség megszüntette (és a döntést a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség jogerősen helybenhagyta).

Mivel a Grtv. szabályainak értelmezésére nincs hatásköröm, elvi állásfoglalást kértem a GVH-tól arra vonatkozólag, hogy a BAT Pécsi Dohánygyár Kft. reklámanyagainak a Smart jelentkezési lapban meghatározott módon történő elküldése reklám közvetett közzétételének minősül-e.

Ön 2007. február 13-án kelt válaszában kifejtette, hogy ⁄*A vonatkozó reklámjogi rendelkezések szerint a reklám közzétevője az, aki a reklám közzétételére alkalmas eszközökkel rendelkezik és ezek segítségével a reklámot megismerhetővé teszi. Gazdasági reklámnak minősül minden olyan tájékoztatás, amely termék, szolgáltatás, ingatlan, jog és kötelezettség (áru) értékesítését vagy más módon történő igénybevételét és vállalkozás nevének, megjelölésének, tevékenységének népszerűsítését, valamint áru vagy árujelző megismertetését mozdítja elő (Grtv. 2. § a) és h) pontok).*

A törvény szerint tilos közzétenni dohányáru reklámját, és ez a tilalom kiterjed a dohányáru közvetett reklámjára is (Grtv. 13. § (1) bek).

Dohányáru közvetett reklámjának minősül különösen az a reklám, amely a) a dohányárut közvetlenül nem jelöli meg, de a dohányáruval összefüggésbe hozható bármely más megjelölés vagy árujelző használatával alkalmas a dohányáru reklámozására, vagy b) a dohányárut más áru elnevezésével, megjelölésével vagy árujelzőjével mutatja be, vagy c) más árut a dohányáru elnevezésével, megjelölésével vagy árujelzőjével mutat be (Grtv. 13. § (2) bek⁄.

A hivatkozott törvényi rendelkezés tehát példálózó felsorolásként rögzíti, hogy mit tekint a dohányáru tekintetében közvetett reklámnak. A jogalkotó igyekezett valamennyi közvetett reklámhatást kifejteni képes magatartást a törvény hatókörébe vonni, a közvetlen reklámozás eseteinek felsorolása és megfogalmazása pedig lényegében minden elképzelhető

megvalósítási formát lefed a jogalkalmazói analógia széleskörű alkalmazhatóságának megteremtésével.

A fenti értelmezés és a GVH jogalkalmazási gyakorlata alapján valamennyi adott termékről szóló tájékoztatást, információközlést tartalmazó eszköz (pl. szórólap) alkalmas a reklám megismerhetővé tételére, ily módon a fogyasztók döntésének befolyásolására. Eszerint tehát valamely reklámanyagnak a potenciális fogyasztó részére való megküldése reklám közzétételének minősül. ** **

A dohányzásra vonatkozó személyes adatok - a dohányzás kóros szenvedélyként történő értékelését elfogadva különleges adatnak minősülnek, melyek kezeléséhez az érintettnek a megfelelő tájékoztatást követően írásban kell hozzájárulást adni. A becsatolt adatlap a szükséges tájékoztatást tartalmazza és az aláírás is kötelező elem, ezért az formailag megfelel az adatvédelmi előírásoknak.

Az adatkezelésnek azonban minőségi kritériumok alapján - tartalmilag is jogszerűnek kell lennie. A személyes adatok védelméről és a közérdekű adatok nyilvánosságáról szóló 1992. évi LXIII. törvény 7. § (1) a) pontja alapján a kezelt személyes adatok felvétele és kezelése tisztességes és törvényes kell, hogy legyen.

A Gazdasági Versenyhivatal szakvéleményét elfogadva (és azzal egyetértve) megállapítható tehát, hogy a pontgyűjtő programban részvevők személyes adatait függetlenül attól, hogy ebbe beleegyeztek-e - nem lehet olyan célra sem gyűjteni, sem a már összegyűjtött adatokat arra a célra felhasználni, hogy bármikor dohánytartalmú információkat, reklámanyagokat küldjenek az érintettek számára.

Fenti álláspontomról a panaszoson kívül - tájékoztatom a fogyasztóvédelmi hatóságot, az érintett cégeket és a nyilvánosságot is.

Engedje meg, hogy sikeres közreműködését még egyszer megköszönjem.

Budapest, 2007. február 20.

Üdvözlettel:

Dr. Péterfalvi Attila