

Dohány az ablakban

NSZ • 2003. június 26. • Szerző: Mihálovits András



Beletartozik-e az eladás helyszínébe az üzlet homlokzata és kirakata – ezen vitatkoznak a dohányzást ellenző civil szervezetek a cigarettagyárakkal.

Kihelyezett beltér?

(kép: Népszabadság – Domaniczky Tivadar)

Késhegyig menő vita dúl a cigarettagyárak és a dohányzást ellenző szervezetek között arról, szabad-e a dohánytermékeket árusító üzletek homlokzatán és kirakatában reklámozni a füstölnivalót. A vitát a reklámtörvény 2001-es módosítása kavarta. A jogszabályváltozás következményeként a dohánytermékek reklámozási tilalma alól mentességet kaptak a forgalmazóknak szóló szakmai célú, illetve az eladási helyen való bemutatásra és árfeltüntetésre vonatkozó reklámok. A vita az utóbbi – kétségtelenül többféleképpen értelmezhető – kitétellen robbant ki.

A dohánygyárak értelmezése szerint ugyanis az eladási helyhez az üzlet kirakata és a portálja is hozzátartozik. Hasonló álláspontot képviselt az Önszabályozó Reklámtestület és a Magyar Reklámszövetség Reklámetikai Bizottsága is. A törvény betartása fölött örökődő Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség (FVF) ugyancsak az üzlet részeként kezelte a kirakatot és a bolt portálját.

Az Országos Dohányfüstmentes Egyesület (ODE) értelmezése szerint a jogszabály tiltja, hogy az üzletek homlokzatán dohányreklámokat helyezzenek el. Szécsi László, az ODE tanácsadó testületének tagja szerint az alkotmány, egy alkotmánybírói határozat, két törvény, két jogerős bírósági ítélet és egy ombudsmani döntés is tiltja a dohányreklámok utcai elhelyezését. Ezért a fogyasztóvédelmi szervezetek sorozatos törvénysértést követnek el, amikor nem lépnek fel az üzletek homlokzatán elhelyezett dohányhirdetéseik ellen.

A két érdekcsoport vitájának középpontjába a jelek szerint az állami fogyasztóvédő felügyelőségek kerültek. Az ODE ugyanis több bírósági pert indított a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség határozatai ellen. Ezek közül a társadalmi szervezet egyet megnyert, egy másik pernek viszont a megszüntetését kérte. Szécsi László szerint azért döntöttek így, mert az ODE jogi képviselője egy baleset miatt nem volt megfelelő állapotban.

Az egyetlen jogerős bírósági ítélet megváltoztatta a fogyasztóvédők magatartását is. Mivel a Fővárosi Bíróság úgy döntött, hogy a homlokzat nem számít az eladás helyének, a szervezet már sem ott, sem a kirakatokban nem engedélyezi a dohánytermékek reklámozását – tudtuk meg *Kathi Attilától*, az FVF osztályvezetőjétől. A szakember szerint még néhány jogerős ítéletre lenne szükség, hogy a hatóság kiforrott és következetes bírósági gyakorlatra támaszkodhasson. Erre jó esély van, hiszen jelenleg még két per zajlik.

Borítékolható azonban, hogy az ügynek akkor sem lesz vége, ha a bíróság netán a másik két perben is az ODE-nek ad igazat. A dohánygyárak és a kereskedők ugyanis aligha nyugszanak bele abba, hogy csak a boltban belül lehessen cigarettát reklámozni. Ezt a lapunk által megkérdezett dohánykereskedők meg is erősítették. Azt a boltok tulajdonosai is elismerték, hogy egy élelmiszerüzlet portálján nem szerencsés cigarettát hirdetni. A megoldás szerintük az lenne, ha szűkítenék a cigaretta árusításában részt vevő boltok körét, azok homlokzatán és kirakatában viszont engedélyeznék a dohányreklámokat.