



**ÁLLAMPOLGÁRI JOGOK
ORSZÁGGYŰLÉSI BIZTOSA**

1051 Budapest, Nádor u. 22.
1387 Budapest, Pf. 40.
Tel.: 475-7100 Fax: 269-1615

Ügyszám: OBH 4857/2002.

Előadó: Dr. Somosi György

Manchin Róbert
elnök úr részére

Országos Dohányfüstmentes Egyesület
Budapest
Arany János u. 6-8.
1051

Tisztelt Elnök Úr!

Beadványára, melyben a dohánytermékek reklámozásának jogszabályi háttérével kapcsolatban kéri állásfoglalásomat, az alábbi tájékoztatást adom.

A Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség a gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény 2. § g) és t) pontjának, valamint a 13. § (1) és (4) bekezdésének összevetése alapján a 2002. november 29-én hozott határozataiban az első fokú határozatokat megsemmisítette. Megállapította, hogy a kifogásolt reklámok sem elhelyezkedésükben, sem tartalmukban nem lépik túl a termék-bemutató fogalmát.

A Fővárosi Bíróságtól azt a tájékoztatást kaptam, hogy az Egyesület a négy jogerős határozatból háromnak bírósági felülvizsgálatát kérte. A 2003. január 9-én érkezett keresetleveleket 3.K.30 075, 076 és 077/2003. számon iktatták. Jogszabálysértésre az ügyfél különösebb korlátozás nélkül hivatkozhat. A Legfelsőbb Bíróság Közigazgatási Kollégiumának 31. számú állásfoglalása (KK 31. szám) szerint: "Az ügyfél, illetőleg a törvényes érdekeiben sérelmet szenvedett fél jogszabálysértésre hivatkozva kérheti az államigazgatási ügy érdemében hozott határozat felülvizsgálatát. Keresetében a fél anyagi és eljárási jogszabálysértésre is hivatkozhat, és arra is, hogy a határozat meghozatalakor az alkalmazott jogszabályt tévesen értelmezték." A bíróság az államigazgatási határozatot jogszabálysértés megállapítása esetén hatályon kívül helyezi és - szükség esetén - a közigazgatási szervet új eljárásra kötelezi. Törvény úgy rendelkezhet, hogy a bíróság az államigazgatási határozatot megváltoztathatja.

A dohányárak reklámozásának tilalmát szabályozó rendelkezésekkel kapcsolatos álláspontom az alábbi. A Grtv. 13. § (1) bekezdése értelmében tilos közzétenni dohányáru reklámját. A (4) bekezdés szerint az (1) bekezdésben foglalt tilalom nem terjed ki

- a) a kizárólag a dohányáru forgalmazóinak szóló szakmai célú reklámra,
- b) a dohányáru eladási helyén való bemutatására és árfeltüntetésére,
- c) azokra az idegen nyelvű sajtótermékekre, amelyeket nem a Magyar Köztársaság területén nyomtattak vagy adtak ki és elsődlegesen nem a Magyar Köztársaság területén való forgalmazásra állítottak elő.

Főszabályként a dohányáru reklámozása tilos. A jogszabály az általános tényállás alól kivisz három tényállást - (4) bekezdés - és azokat eltérően szabályozza.

Az Egészséges Nemzetért Népegészségügyi Program a „Dohányzás visszaszorítása” című fejezetében megállapítja, hogy a dohányzás a legsúlyosabb önálló egészségkárosító tényező, amely azonban 100-150 milliárd forint évi adóbevételt jelent az államnak. Egészkárosító hatása azonban többszöröse az adóbevételnek (betegség, idő előtti halál, termelésből való kiesés). A dohányzással összefüggő halálesetek száma Magyarországon az 1990 – 2000 közötti időszakban évi mintegy 35 000-re becsülhető. A Program fő célként határozza meg a rászokás megelőzését és a leszokás segítését. A vételre, fogyasztásra ösztönző dohányreklámok abszolút ellentétesek ezzel a céllal, még akkor is, ha azok inkább a sokféle márka közötti választást segítik. A főszabályhoz képest a (4) bekezdésben szabályozott kivételek az élethez, az egészséges környezethez, valamint a lehető legmagasabb szintű testi egészséghez való alkotmányos jogok érvényesülése érdekében – figyelemmel a Népegészségügyi Program megállapításaira is - szűkítve értelmezendők.

A b) pont négy tényállási elemet határoz meg: dohányáru, eladási hely, bemutatás és árfeltüntetés. A dohányáru maga az ingó dolog (cigaretta, szivar stb.). Az eladási hely az a hely, ahol a vásárló a terméket kézbeveheti (polcra leveszi, eladótól átveszi). A dohányáru adás-vétele a mindennapi életben tömegesen előforduló, különösebb megfontolást nem igénylő ügylet. A Ptk. 117. (2) bekezdése úgy rendelkezik, hogy az ingó dolog átruházásához szükséges a dolog birtokba adása. A birtokba adás ilyen esetekben a dolog kézből-kézbe történő átadásával történhet. A bemutatás a tárgy megjelenítése, míg az árfeltüntetés a termék ellenértékének jelölése, amit magán a terméken (árcédula) vagy annak közvetlen közelében (polc szegélyén) ábrázolnak.

A négy tényállási elem külön-külön és együttes értelmezése alapján álláspontom szerint a dohányáru reklámozása az azt jelképező bármely reklámeszköz útján nem megengedett sem a kirakatban, sem az épület homlokzatán.

Kérem, hogy a bírósági felülvizsgálat eredményéről a további eljárásom érdekében tájékoztasson.

Budapest, 2003. február 4.

Üdvözlettel



Lenkovich Barnabás
Lenkovich Barnabás