

*DIMSZ sajtóközlemény
Budapest, 2017. szeptember 12.*

Iparági javaslatok a GDPR bevezetését előkészítő törvény tervezetéhez

Az Igazságügyi Minisztérium 2017. augusztus 29-én bocsátotta társadalmi egyeztetésre a jelenlegi magyar adatvédelmi törvény, azaz az információs önrendelkezési jogról és az információszabadságról szóló [2011. évi CXII. törvény \(Infotv.\) módosításáról szóló tervezetét](#). A módosítást az indokolja, hogy a magyar adatvédelmi jogot, így többek között az Infotv.-t is összhangba kell hozni az EU általános adatvédelmi rendeletével (GDPR). Mivel 2018. május 25-étől a GDPR közvetlenül alkalmazandó lesz az EU tagállamaiban, így Magyarországon is, ezért az Infotv. adatvédelmi rendelkezéseinek jelentős részre feleslegessé válik.

A DIMSZ, illetve annak Adatvédelmi és Adatbiztonsági Tagozata áttekintette a tervezet, és a rendelkezésre álló viszonylag szűk határidőben megküldte észrevételeit az Igazságügyi Minisztériumnak. A DIMSZ észrevételeit támogatja és azokhoz csatlakozik a Magyar Reklámszövetség (MRSZ) és annak szabályozási kérdésekre specializálódott Jogi Tagozata.

A szervezetek számos észrevétellel, javaslattal, kérésessel fordultak a minisztérium felé. Többek között jelezték, hogy a szabályozás jelen formájában, bizonyos esetekben nehezen átlátható helyzeteket és többletkötelezettségeket okozna, amelyek versenyhátrányt jelentenének a magyar vállalkozások számára. A szakmai szervezetek szerint hasznos lenne, ha a tervezet az ágazati adatvédelmi szabályozások felülvizsgálatát is magában foglalná, illetve megszüntetné az eddigi "kötelező adatkezelés" mint jogalap fenntartását.

- „Üdvözlendőnek tartjuk a tervezet társadalmi egyeztetésre bocsátását, ugyanakkor e célból mindenképpen jóval hosszabb határidőt tartottunk volna szükségesnek, tekintettel a törvény kiemelt jelentőségére. Természetesen bízunk benne, hogy észrevételeinket figyelembe veszi az IM, és újabb egyeztetésekre kerül majd sor. Ehhez felajánlottuk szakmai segítségünket.” – mondta dr. Halász Bálint ügyvéd, a DIMSZ jogi partnereként dolgozó Bird & Bird ügyvédi iroda részéről.

- „Meggyőződésünk, hogy az uniós GDPR jó irányba tereli a szabályozást. A tervezetet megismerve úgy látjuk, nagy szükség van a szakmai kommentekre és egyeztetésre, hogy a szabályozás következetessége és átláthatósága segítse az érintettek számára az annak való megfelelést, a hatóság számára pedig a számonkérést.” – tette hozzá Huszics György, a DIMSZ elnöke.

A DIMSZ és az MRSZ javaslatai közül a kiemeljük az alábbiakat:

1. Az Infotv. tervezet szerinti módosítása jelentős versenyhátrányba hozná a magyar vállalkozásokat, így a direktkommunikációs és adatvezérelt marketing piacon tevékenykedő cégeket, mert olyan többletkötelezettségeket írna elő a GDPR-hoz képest, amely európai versenytársaikat valószínűleg nem fogja terhelni. Ilyen többletkötelezettség például annak az általános, háromévenkénti felülvizsgálata, hogy az adatok kezelése szükséges-e az adatkezelés céljának megvalósulásához.

2. Az Infotv. tervezet szerinti módosítása nehezen átlátható helyzetet teremtene, ugyanis az Infotv.-t főszabály szerint a személyes adatok bűnüldözési, nemzetbiztonsági és honvédelmi célú kezelésére kell majd alkalmazni, míg a GDPR hatálya alá tartozó adatkezelésekre irányadó magyar rendelkezéseket egy salátásított felsorolás tartalmazza. Ezen új szakasz kereszthivatkozásai tekintetében egyes esetekben nem lehet eldönteni, hogy pontosan mely norma irányadó a GDPR

hatálya alá tartozó adatkezelésekre. Továbbá, a tervezet a GDPR hatályát gyakorlatilag kiterjesztené olyan tevékenységekre is, amelyekre a hatálya nem terjed ki. Ez ismét versenyhátrányt jelentene a magyar vállalkozásoknak, hiszen míg más országokban ilyen tevékenységeket megkötések nélkül lehet majd végezni, Magyarországon e tevékenységek esetén is meg kellene felelni a GDPR és az Infotv. rendelkezéseinek, nem is beszélve a 20 millió euróig, illetőleg a világ szintű árbevétel 4%-ig terjedő bírság kockázatáról, amellyel ezek szerint csak a magyar vállalkozásoknak kéne szembenézniük.

3.A tervezet sajnálatos módon nem foglalja magában az ágazati adatvédelmi szabályozások felülvizsgálatát, miközben az ezzel kapcsolatos várakozás óriási. Itt elsősorban a direkt marketinggel összefüggő és egyéb elektronikus hirdetési szabályok felülvizsgálata és GDPR-hoz igazítása lesz elengedhetetlen. Ezzel kapcsolatban a tervezet csak annyit tartalmaz, hogy ezek módosítását majd az illetékes minisztériumok külön-külön fogják elvégezni. Álláspontunk szerint ezt az IM-nek kellene koordinálnia egységes koncepció alapján, ellenkező esetben ugyanis jelentős a veszélye annak, hogy a végeredmény nem lesz ellentmondásoktól mentes.

4. Nem tartjuk megfelelőnek az eddigi "kötelező adatkezelés" mint jogalap fenntartását, ugyanis a GDPR-ban található jogalapok egyike sem feleltethető meg ennek. A "kötelező adatkezelés" a magyar adatvédelmi szabályozás egyik kényszermegoldása volt arra az esetre, amikor nem lehetett vagy nem volt életszerű az érintett hozzájárulását beszerezni (pl. egy webshop esetében a rendelés lebonyolításához szükséges adatok kezelése). Ez azonban lehetőség volt, és nem valódi kötelező adatkezelés. Szükségesnek tartjuk ezért, hogy a jelenlegi ágazati adatvédelmi szabályozás is egységes koncepció alapján áttekintésre kerüljön és végeredményben a GDPR-al összhangban álló, a piac számára is egyértelmű szabályok kerüljenek elfogadásra.

A DIMSZ, illetve annak Adatvédelmi és Adatbiztonsági Tagozata valamint az MRSZ és Jogi Tagozata bízik abban, hogy észrevételeinket konstruktívnak tekintik és ezek fényében újabb egyeztetésekre kerül sor a magyar adatvédelmi szabályozás strukturális átgondolása érdekében.

További információ:

Somogyi Endre
főtitkár, DIMSZ
somogyi.endre@dimisz.hu
+36 30 588 1344

Fülöp Szilvia
főtitkár, MRSZ
fulop.szilvia@mrsz.hu
+ 36 70 333 2 555

Háttérinformáció:

A Direkt és Interaktív Marketing Szövetség a hazai adatvezérelt marketing piac szereplőinek érdekképviselőjét látja el. Fő irányvonala a közös ágazati kommunikáció, valamint az adatvezérelt kommunikáció elismertségének erősítése mind a marketingkommunikációs szakma, mind a fogyasztók felé. Kiemelten foglalkozik az adatvédelmi és a területhez kapcsolódó fogyasztóvédelmi kérdésekkel,

valamint szakmai rendezvények és workshopok megrendezésével. Közel 60 tagvállalata nyolc szakterületi tagozat munkájában vesz részt.

A Magyar Reklámszövetség (MRSZ) a magyar marketingkommunikációs szakma legnagyobb, több mint 200 tagot számláló ernyőszervezete – szakmai értékadó és -teremtő szövetség –, amely szolgáltatásain, programjain keresztül egyedülálló platformot biztosít az iparág minden szektora számára a párbeszédre, a közös gondolkodásra és az innovatív ötletek megvalósítására az iparág fejlődése érdekében. A Magyar Reklámszövetség a kommunikációs-és reklámszakma gazdasági és társadalmi értékét, a reklám gazdaságban betöltött megkerülhetetlen szerepét képviseli immár 47 éve. Ezt az elvet szem előtt tartva látja el a teljes reklámszakma érdekképviseletét, mely tevékenységét szakmailag megalapozott és alátámasztott érvek alapján végzi.