

## Lapszemle

2010. 16. hét

### **Megfeküdheti a Danone gyomrát a saját márkája**

Visszavonta a Danone Group az Európai Élelmiszer-biztonsági Hivatalhoz januárban beadott engedélykérelmét a Danone Activia és Actimel termékek reklámjaira. Az élelmiszer-ipari cég világszerte azzal népszerűsíti a két terméket, hogy azok fogyasztása különféle egészségügyi előnyökkel jár: az Activia megkönnyíti az emésztőrendszer működését, az Actimel pedig támogatja a szervezet természetes védekezőképességét. A Danone a visszavonulását stratégiainak tekinti, piaci szereplők szerint ugyanakkor az sem kizárt, hogy a lépéssel a Danone csak egy újabb fiaskót akart megúszni. Az itteni leányvállalat, a Danone Kft. közleménye - konkrétan meg nem nevezett - klinikai vizsgálatokra és pártatlan szakértőkre hivatkozva állítja: biztosak az Actimel és Activia áldásos hatásában. Igaz, erről nem tudták meggyőzni néhány évvel ezelőtt a Gazdasági Versenyhivatalt, amely 2004-ben - az ebben a körben akkor kiemelkedően magasnak számító - 10 millió forintos versenybírságot rótt ki a cégre, egyebek közt a most az EFSA-tól visszavont állításokért is. A GVH által kifogásolt közlések egy része - így az emésztésjavító és immunerősítő hatásról szóló passzusok - ma is megtalálhatók a cég honlapján. A Danone Kft. erről annyit közölt, hogy reklámjaikat előzőleg minden esetben ellenőriztetik az Országos Élelmezés- és Táplálkozástudományi Intézettel - amiben csak az a furcsa, hogy a GVH 2004-es döntése is OÉTI-szakvéleményen alapult. Bár civil fogyasztóvédők szerint a cég reklámjai 2004 után kevesebbszer tűntek fel, azért maradt még dolga a hatóságoknak, így a GVH 2006-ban ismét 10 millió forintra marasztalta el a Danone Kft.-t, ezúttal a Könnyű és finom termékcsalád kapcsán sejtetett egészségjavító hatás miatt. (április 17. Népszabadság 12.o.)

### **Egymillió bírság az OTP-nek**

Egymillió forint bírságot szabott ki az OTP Bankra fogyasztóvédelmi vétség miatt a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete. A pénzügyintézet azzal szolgált rá a büntetésre, hogy az egyik ügyfél írásban benyújtott panaszát nem válaszolta meg, kérését nem vizsgálta ki. (április 17. Magyar Nemzet 11.o.)

### **Bajban az etikus cégek?**

Sok a túlszabályozás a hazai vállalatirányítási rendszerekben, a felelős és jó vállalati polgárként tevékenykedő cégek pedig versenyhátrányba kerülhetnek azokkal szemben, amelyek kevésbé etikus módon működnek - ezeket a bírálatokat fogalmazza meg egy kutatás. A Hungarian Business Leaders Forum vállalatirányítási kutatása arra is rávilágít: ahhoz, hogy a cégeken belüli visszaélések, a korrupciós veszélyek csökkenjenek, erősíteni kell a felügyelőbizottságok, a független igazgatók szerepét. Szükséges lenne, hogy az igazgatóság és a felügyelőbizottság tagjait személyesen el lehessen számoltatni, s kellene a szervezeteken belül egy „közérdekű bejelentő” rendszer is. A hazai felelős vállalatirányítás fejlődésének egyik gátja, hogy sok multi magyarországi leánya - bár átveszi a nemzetközi rendszereket - az itteni viszonyokra való „országpra szabását” nem teszi, nem teheti meg. A kisvállalkozásoknál hatékony a kézi kontroll, míg a közepesek átállási problémával küzdenek, hogyan alakítsanak ki hatékony vállalatirányítási rendszert - jelezte Adriány Kincső, a HBLF ügyvezető igazgatója. (*Világgazdaság 3.o.*)

### **Hiteltelenül kínálják a hitelt**

Újabb fogyasztói csoport ellen indult versenyhivatali eljárás. A Gazdasági Versenyhivatal amiatt lépett fel az Exit Finance Constitution Kft.-vel szemben, mert hirdetéseiben nem vagy nem egyértelműen ad információt a fogyasztói csoportok azon lényeges tulajdonságairól, amelyek alapján egyértelműen érzékelhető lenne, milyen konstrukcióról van szó. A GVH az elmúlt öt évben kilenc eljárást folytatott le a fogyasztói csoportokat szervező vállalkozásokkal szemben, és kivétel nélkül megbírságolta azokat. 2006-ban hozott döntéseiben egyebek között rámutatott, hogy a fogyasztói csoportok szervezésével foglalkozó cégek a pénzügyi szolgáltatás hamis látszatát keltik, és reklámjaikból a fogyasztó alaptalanul következtethet arra, hogy a szokásos pénzügyi feltételeknél előnyösebben szerezhet hitelt. E vállalkozások azonban nem bankok, nem nyújtanak kölcsönt. Egyebek között erre mutatott rá éppen a közelmúltban is, amikor 41,6 millió forintba büntette meg az Euro Correct Consulting Kft.-t. A társaság hirdetéseit, tájékoztatásait korábban már több ízben is jogsértőnek találta, és ezt a cég 36,5 millió forintja bánta. A GVH napjainkban újabb frontot nyitott a fogyasztót tisztességtelen kereskedelmi gyakorlattal manipuláló vállalkozásokkal szemben. Jelenleg is több cég - köztük például a Swiss Invest és az Euromobilien Hungary - ellen folytat versenyfelügyeleti eljárást. (április 20. *Világgazdaság 3.o.*)

### **A Fakro megtévesztett a reklámjaiban**

Megtévesztő reklámokat tett közzé 2009. január 1-je és 2009. július 26-a között az általa forgalmazott ablakokkal kapcsolatban a Fakro Magyarország Kft. - állapította meg a Gazdasági Versenyhivatal. A vállalkozásnak emiatt egymillió forint bírságot kell fizetnie. A cég olyan módon kívánta felkelteni a szakemberek érdeklődését, hogy hangsúlyozta az általa forgalmazott ablakok azon műszaki tulajdonságait, amelyekkel versenytársai nem rendelkeznek. (*Világgazdaság 7.o., Büntetés a reklámért Blikk 3.o.*)

### **Szakmai lehet a fogyasztók védelme**

A Fogyasztóvédelmi Egyesületek Országos Szövetsége kezdeményezi, hogy a fogyasztóvédelmi képzés az Országos képzési jegyzék szakképesítési listáján is szerepeljen. A szervezet szerint ahhoz, hogy a fogyasztók megfelelően tudják jogaikat érvényesíteni és egyben hatékony érdekképviselőként, tanácsadásban részesüljenek, mindenképpen felkészült, egyben tanult szakemberekre van szükség. (*Világgazdaság 2.o.*)

### **Csapidába esett utazók**

Ha valakinek halaszthatatlan dolga van egy olyan európai célpontban, amelynek léghatárát a vulkáni hamufelhő miatt jó eséllyel ismételten lezárhatják, nem sok jó megoldás közül választhat. A fogyasztóvédők szerint is csak akkor van remény a repülőjegy teljes összegének visszatérítésére, ha már törölték a járatot. Ebben az esetben - mondja Kathi Attila, a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság társadalmi kapcsolatok főosztályának vezetője - az uniós direktíva szerint kell a társaságoknak eljárniuk. Krajcsik Szilvia, az Európai Fogyasztói Központ jogásza szerint abban az esetben, ha az utas az indulás előtt úgy akarja visszamondani a repülőjegyét, hogy még nem törölték a járatát, akkor a légitársaság üzletszabályzata az elsődleges támpont. Ezért, ha valaki a hétfélig utazása miatt a repülés helyett egy jelenleg biztosabbnak vélt alternatív útvonalat választ, célszerű előtte a légitársasággal egyeztetni, hogy milyen feltételekkel kaphatja vissza a pénzét. A Malév a törölt járatok utasainak már felajánlotta, hogy kapacitás függvényében április 30-ig díjmentesen átfoglalja repülőjegyüket egy későbbi járatra, illetve azon utasainak, akik az utazástól elállnak, visszatéríti a repülőjegy árát. A díjmentes jegyátírást vagy a jegy árának visszatérítését azonban csak a törölt járatok utasainak biztosítja a légitársaság. (*Napi Gazdaság 7.o.*)

## **A Gastroyalt is megtalálta a GVH**

### **A nap bírsága**

A Gastroyal Food Vendéglátóipari Kft. 2009 márciusa és júniusa között fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott - állapította meg a Gazdasági Versenyhivatal (GVH) -, olyan állításokat tett fogyókúra ételeiről, amelyeket nem tudott hitelt érdemlően igazolni, így 10 millió forint bírsággal sújtották.

A Gastroyal kereskedelmi kommunikációiban azt állította, hogy az adott étrend alkalmazásával a fogyasztó meghatározott mértékben mérsékelheti testsúlyát; magyar és európai jogszabályok értelmében a csökkentett energiatartalmú ételreklámozása nem utalhat erre, ráadásul a cég nem nyújtotta be az erre vonatkozó vizsgálat eredményeit, illetve nem is végzett - áll a GVH közleményében. A Versenyhivatal a Gastroyal más reklámállításait is kifogásolta, enyhítő körülményként vette ugyanakkor figyelembe, hogy a társaság a GVH jelzései után módosított egyes hirdetésein és részben elismerte tévedését. Súlyosbító körülményként esett viszont latba a bírság összegének megállapításakor, hogy a Gastroyal jelentős, testsúlyproblémái miatt az átlagosnál érzékenyebb fogyasztói kört ért el hosszú időn át közzétett megtévesztő hirdetéseivel.

A versenyhatóság mostanában többször is elmarasztalta azokat a vállalkozásokat, amelyek igazolatlanul testsúlycsökkentő hatást tulajdonítottak termékeiknek, februárban például a Telemarketing Kft.-t és az Update Zrt.-t is hasonló ügyben sújtotta 3-3 millió forint bírsággal.

(Napi Gazdaság, 2010. április 21., szerda, 16. oldal)

## **Beperelték a mobilszolgáltatót**

Fogyasztóvédelmi szervezetek beperelték a T-Mobile mobilszolgáltatót tisztességtelen szerződési feltételek alkalmazása miatt. Szerintük azért tisztességtelen a szolgáltató, mert a fogyasztó hátrányára állapítja meg a feltételeket, mivel 5-10 másodperces hívásért is 30 másodpercet fizettet ki az ügyféllel.

MTI-Eco

(Világ gazdaság, 2010. április 21., szerda, 3. oldal)

## **Brutális bírság a Vodafone-nak**

### **A nap bukása**

Negyvenmillió forint bírsággal büntette a Vodafone Magyarország Zrt.-t a Gazdasági Versenyhivatal (GVH), mert a mobiltelefon-társaság 2009. július 13.-szeptember 11. közötti "Nyári SMS promóció" nevű játéka során tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott. A marketingakcióban a fogyasztók naponta megnyerhették a hatvan, bruttó félmillió forint értékű nyaralás egyikét, fődjékként pedig egy 16 millió forint értékű siófoki nyaralót sorsoltak ki. A játékról a Vodafone több módszerrel tájékoztatta ügyfeleit, ezek egy részét a GVH megtévesztő jellegűnek találta (a sorsolásban való részvételhez például regisztráció kellett, de a fogyasztók jelentős része enélkül küldte be a "nyaralás" szót 250 forintos sms-ben). Volt olyan sms is, amelynek alapján a fogyasztók azt gondolhatták, minden nap esélyük van egy nyaralás és egy nyaraló megnyerésére, de ez nem így volt.

A GVH súlyosbító körülményként értékelte, hogy korábban már több alkalommal megállapították, a Vodafone megtévesztésre alkalmas magatartást tanúsított, enyhítő körülménynek találták viszont, hogy a társaság egyes kommunikációs eszközein törekedett a teljes körű információra, és az akció megindítását követően igyekezett javítani kereskedelmi kommunikációján.

A Vodafone Magyarország álláspontja szerint a "Nyári SMS promóció" során nem tanúsítottak jogsértő magatartást - közölte a társaság az MTI-vel -, ezért keresettel fordult a Fővárosi Bírósághoz, hogy a GVH változtassa meg határozatát.

(Napi Gazdaság, 2010. április 22., csütörtök, 20. oldal)

## **Hatékonyabbá vált az Auchan, mint a Tesco**

Hőnyi Gyula

A 15 legerősebb napifogyasztásicikk-kereskedelmi lánc bruttó forgalma 3592 milliárd forint, ami a KSH által mért élelmiszer és élelmiszer jellegű vegyes termék 2009-es forgalmának 109 százaléka, illetve a kiskereskedelem (autó és üzemanyag-forgalom nélkül számolt) eladásainak 56 százaléka. A Nielsen által összeállított 15-ös kereskedelmi lánc-lista azonban pontos képet aligha ad a napi fogyasztási cikkek (fmcg) piacának részarányairól, ugyanis a lajstromba vett cégek többsége ezek mellett iparcikkeket is forgalmaz. Egyes elemzői vélemények szerint a rangsor sem tekinthető kőbe vésettnek, ugyanis a top 5 magyar lánc gerincét nagykereskedelmi vállalkozások adják (házon belül), amelyekről nem tudni pontosan, hogy a forgalmukat összeadják-e a kisbolti forgalommal - ezzel például "duplázódhat" a kommunikált bevétel.

Az elemzők szerint nehezen értelmezhető, hogy a KSH által számolt fmcg-forgalom 109 százalékat adják a 15-ök, hiszen a listából lényegében csak a független kisbolt-hálózatok hiányoznak. Ezek piaci részesedése a kutatók szerint 13-14 százalék. Ha ezt levonjuk a Nielsen-listán szereplők forgalmából, túlságosan kicsiny bevételt kapunk a hiper-, szuper- és diszkontláncok iparcikk-eladásaira, úgy, hogy még nem kerül számításba a nagy alapterületű áruházak üzlethelyiségeinek értékesítése. Ettől függetlenül azonban a lista az elemzők szerint nagyjából megmutatja az fmcg-piaci erővonalakat és több fontos információt is tartalmaz.

A legfontosabb, hogy az egy négyzetméterre jutó forgalomban már nem a Tesco a legjobb. Az Auchan hatékonysága a legerősebb, hiszen 12 hipermarketben képes előállítani a Tesco forgalmának többi mint egyharmadát. A brit versenytárs 176 boltot állít szembe a franciákkal. Ugyanakkor az is kiderül, hogy a Tesco már egy ideje nem is a franciákkal viaskodik, hanem a svájci Aspiag Management AG tulajdonában levő Spar Magyarország Kft.-vel, amely majd 400 egységet mutat fel és forgalma 400 milliárd forint körüli. A két nagy továbbra is erős expanzióban áll, vagyis az egy négyzetméterre jutó forgalom mellett láthatóan fontosabb a hálózat pozíciójának beágyazása. Kérdés azonban, mikorra várható a két rivális növekedésének lassulása és a hálózat úgymond "finomhangolása". Ténykérdés ugyanis, hogy a két friss fmcg-piaci szereplő, a Lidl és az Aldi egyre erőteljesebb, előbbi forgalma lassan sűrölja a 200 milliárd forintot, üzleteinek száma pedig 122, utóbbi forgalma 50 milliárd forint, míg egységeinek a száma 58.

A diszkontok számítanak a legnagyobb nyertesnek, ugyanis forgalmuk a Nielsen számításai szerint 14 százalékkal nőtt. Ezzel 400 milliárdos erőt mutatnak, jóllehet az üzletszámuk (több mint 430) alapján még nem tartoznak a leghatékonyabb magyar hálózatok közé - az erejüket, főleg az Aldi és a Lidl miatt, elsősorban az expanzió köti le.

(Napi Gazdaság, 2010. április 22., csütörtök, 3. oldal)

## **Lassan csak a bevétel magyar a Tescóban**

**Nem csupán az eladásra szánt árukészlet, hanem a multivállalat működéséhez szükséges eszközök beszerzését is kiszervezi hazánkból a Tesco - értesült lapunk. A jelenleg is zajló átalakítási folyamatnak több száz hazai cég látja kárát. Eközben kiderült: a válságos tavalyi évben több mint 30 milliárd forintot hízott a Tesco kasszája.**

Thurzó Katalin

Bár korábban csak a tartós élelmiszerek és az iparcikkek szlovákiai beszerzéséről szivárogtak ki hírek a Tesco háza tájáról, lapunk tegnap úgy értesült, olyan átszervezések zajlanak az áruházlánc magyarországi központjában, amelyek eredményeként már nem csupán az árukészletet, hanem a működéshez szükséges számtalan eszköz beszerzését is nemzetközi szintre emeli a multivállalat. Ez azt jelenti, hogy amíg eddig idehaza hirdették meg egyebek mellett például a munkaruhák, az iroda- és tisztítószeres, a bútorok, a számítástechnikai eszközök szállítását a Tesco számára, addig a közeljövőben ezeket a gyakran több millió forintos tendereket itthon már nem, csak az európai, valamint a nemzetközi fórumokon hirdetik meg. Forrásunk szerint ezzel több száz, ezen eszközök kereskedelmével foglalkozó magyar kis- és közepes vállalkozás esik el komoly megélhetési lehetőségektől, és legfeljebb csak a nagyobb cégek rúghatnak labdába a versenyelőnyben lévő külföldi társaságok mellett. Arról nem beszélve, hogy a határon túlról beszerzett eszközök után már a Tesco sem Magyarországon fizeti meg a forgalmi adót. Eközben bebizonyosodott, nem lehet megelőzni a Tescót a magyarországi kereskedők bevétel szerinti rangsorában. A Nielsen piackutató vállalat 2009. évre szóló listájából ugyanis kiderül: miközben tavaly két számjegyű veszteséget szenvedtek el a lakossági spórolásban térdre kényszerült boltok, a korábbi évekhez hasonlóan ismét a Tesco produkálta a legmagasabb bevételt. A brit multilánc a tavalyelőtti 602 milliárd forintról tavaly 638,4 milliárd forintra növelte forgalmát, így csaknem százmilliárd forinttal előzi meg a rangsorban másodikként jegyzett CBA üzletláncot. A hipermarketlánc ugyanakkor nem csupán a forgalma alapján vezeti a sort. Előkelő helyen szerepel például a Feketelista.hu civil honlap azon szégyenfalán is, amely a magyarországi törvények megsértését gyűjti össze. Eszerint a Tesco Globál Áruházak Zrt. munkavédelmi és munkaügyi hiányosságokért eddig tizenhárom alkalommal, összesen mintegy hatvanmillió forintnyi bírságot kapott. Emellett a versenyfelügyelet tízszer marasztalta el a céget a fogyasztók megtévesztéséért, a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolásáért, illetve tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatért - összesen 294 millió forint büntetéssel. Ennél is jóval hosszabb a Tesco fogyasztóvédelmi bírságainak a sora: a hatóságok összesen negyvenhétszer marasztalták el a rendszeres visszaesőként elkönyvelt kereskedelmi céget.

(Magyar Nemzet, 2010. április 22., csütörtök, 11. oldal)

### **Az NFH beperelte a ppo.hu üzemeltetőjét**

A Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság közérdekű keresetet nyújtott be a [www.ppo.hu](http://www.ppo.hu) internetes egyenlegfeltöltő portál jelenlegi és korábbi üzemeltetője, a Centillion Consulting & IT Technology AG és az Investech Informatikai és Kommunikációs Kft. ellen a Fővárosi Bírósághoz. A hatóság azt kéri a bíróságtól, hogy állapítsa meg: a vállalkozás jogalap nélkül vont le 2490 forintot felhasználótól éves regisztrációs díj címén 2010. január 11-én, továbbá kötelezzék a jogszerűtlenül elszámolt díj visszatérítésére. A rendőrség januárban csalás gyanúja miatt indított eljárást a cég pénzügyi tranzakciós tevékenységével kapcsolatban, amelynek 110 ezer sértettje is lehet. (április 23. *Napi Gazdaság 2.o.*, **Visszatéríthetik a ppo.hu-s díjakat Magyar Nemzet 15.o.**)

### **Egyetért-e a lakásárverések szigorításával?**

Megoszlanak a vélemények a napokban megjelent kormányrendeletéről, amely szabályozott mederbe tereli a bírósági végrehajtáson kívüli lakásárveréseket. Binder István, a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeletének szóvivője szerint a rendelet kizárja az ellenőrizetlen, sokszor

színelte árverésekkel történő értékesítést, és jogi védelmet ad az adósnak. Az árvevő társaságok felügyeleti engedélyhez kötésével megakadályozható, hogy többszörös, olykor átláthatatlan engedményezési láncolatot át jusson el az árverezésre szánt ingatlan az adós előtt ismeretlen behajtó céghez. Lénárd Mariann, a Banki Hitel Károsultak Egyesületének a főtitkára elmondta: tagadhatatlan, hogy az új jogszabály segítséget jelenthet, hiszen kivédhető általa több, már gyakorlattá vált visszaélés. (*Világgazdaság 20.o.*)

### **Bírság a fogyasztói csoport szervezőjének**

Harmadszor is megbírságolta a pénzügyi felügyelet a fogyasztói csoportokat szervező Euro Correct Consultin g társaságot. A 41,6 millió forintos, maximális bírság kiszabásának oka, hogy a cég hirdetésiben úgy állította be a konstrukciót, mintha ügyfelei hitelhez vagy áruhitelhez jutnának, pedig valójában csak esetleg tízéves futamidő után juthatnak a kívánt áruhoz. A cég korábban Euro Credit néven működött, s a legutolsó bírság után vette fel jelenlegi nevét. (április 21. *Magyar Demokrata 49.o.*)