

Lapszemle

2010. 18. hét

Fogyasztói csoportokat vizsgál a versenyhivatal

A Gazdasági Versenyhivatal még le sem zárta a Swiss Invest 2009 Hungary Kft. és az Euromobilien Hungary Kft.-vel szembeni versenyfelügyeleti vizsgálatot, a társaságokat azonban már most eltiltotta a megtévesztő reklámozástól. Amennyiben a két, fogyasztói csoportokat szervező vállalkozás továbbra is megtévesztő hirdetéseket ad fel, úgy az esetleges későbbi versenybírság mellett intézkedési bírságot is kiszabhat rájuk. A szokatlan szigorra azért volt szükség, mert a versenyhivatal eddig már tíz alkalommal járt el a fogyasztói csoportokat szervező cégekkel szemben, ám azok némi módosítással tovább folytatták a fogyasztókat megtévesztő tevékenységüket. A Swiss Invest és az Euromobilien mellett jelenleg három másik vállalkozással szemben is eljárást folytat a Gazdasági Versenyhivatal. (május 3. *Népszabadság 12.o.*)

Megszűrnék a szabályokat

A fogyasztóvédelmi hatáskörök és jogszabályok áttekintését, a szakmai követelmények érvényesítését, a békéltető testületek hatékonyabb működési feltételeinek megteremtését és a vállalkozások fogyasztóvédelmi aktivitásának ösztönzését szorgalmazzák többek között a civilszervezetek. A közeljövő legfontosabb feladatait taglaló tanácskozásuk kapcsán Baranovszky György, a Fogyasztóvédelmi Egyesületek Országos Szövetségének ügyvezetője úgy nyilatkozott: a különböző területeken még mindig igen sok gazdája van a fogyasztóvédelemnek. Emiatt esetenként óhatatlanul elsikkadnak, vagy egyáltalán nem érvényesülnek a fogyasztóvédelmi követelmények. Bár a fogyasztóvédelem rendszere az elmúlt években átalakult, változatlanul szükség lenne a hatáskörök áttekintésére, megszürésére, a szabályok, köztük a szankciórendszer vizsgálatára. A tanácsadó irodák egyre fontosabb szerepet töltenek be, ezért is kívánatos lenne az ott tevékenykedők szakmai felkészültségének elmélyítése. Az eddiginél nagyobb gondot kellene fordítani a fogyasztói tudatosság növelése érdekében az ügyfelek előzetes tájékoztatására. Figyelemre méltó, hogy újabban a vállalkozások ugyancsak fontosnak tartják a fogyasztók megfelelő informálását. (*Világgazdaság 2.o.*)

Sok a visszaeső versenyjogsértő

A Gazdasági Versenyhivatal ebben az évben mintegy 350 millió forint bírsággal sújtotta a fogyasztókat megtévesztő cégeket. Az idei legnagyobb bírságot - 100 millió forintot a Free Choice Kft.-re szabta ki a GVH. A vállalkozás az általa forgalmazott készítményeket gyógyhatásúaknak tüntette fel, de állításai nem nyertek bizonyítást. Ugyancsak nem igazolódott be, hogy gyógyítana a Meditens Kft. által népszerűsített fényterápiás eszköz. Így a GVH elmarasztalta ezt a társaságot is, s tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatát 10 millió forintja bánja. A Magyar Telekom csak hirdette, de nem minden új T-Mobile- előfizetőnek adott 3000 percet ajándékba. Emiatt 20 millió forint bírságot kapott. A Vodafone-nak a tavaly nyári SMS-promóciós játéka miatt 40 millió forintot kell fizetnie, mert a fogyasztókkal szemben tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított. A Penny Market 2009 júniusában tartott, tömeghisztériával járó sajtakcióját is vizsgálta a versenyhivatal. Kimondta a cég tisztességtelen gyakorlatát, és 30 millió forint bírságot szabott ki rá. Egy másik akciója kapcsán is elmarasztalta az üzletláncot 3 millió forintra. A Tescót pár hete 8 millióra büntette korábbi becsalógató és megtévesztő reklámjai miatt. A Gold Sweet 2002 Kft. és a Digitania Zrt. megtévesztő „randivonalaival”, illetve hirdetéseivel vívta ki a versenyhatóság rosszállását: összesen 48 millió forint bírságot kapott a két cég. A fogyasztói csoportok a pénzügyi

szolgáltatás hamis látszatát keltik, elhallgatják a kockázatokat. Egyebek között erre mutatott rá a GVH, 41,6 millió forintba büntetve az Euro Correct Consulting Kft.-t. A napokban pedig már a versenyfelügyeleti eljárásban megtiltotta a Swiss Invest és az Euromobilien bizonyos hirdetéseit. (május 4. *Világgazdaság* 2.o.)

A fogyasztói csoport nem ad hitelt!

A fogyasztói csoport nem bank, a szervező cég nem nyújt hitelt. A csoportok 5-10-15 éves futamidőre szerveződnek. A csoporttagok vásárlói joghoz juthatnak, pénzt nem kapnak kézhez, azt közvetlenül az ingatlant, autót eladó kapja meg. A csoporttag sorsolással vagy előtörlesztéssel szerezhet vásárlói jogot. Ennek elnyerési időpontja bizonytalan. A szerződéstől az aláírását követő 30 napig lehet elállni kis veszteséggel. Ha azt később mondják föl, a már befizetett pénzhez csak a teljes futamidő lejártja után, kamat nélkül lehet hozzájutni - áll a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete, a Gazdasági Versenyhivatal és a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság közleményében. (*Metropol* 22.o.)

Visszaesők a GVH előtt

Mintegy 350 millió forint bírsággal sújtotta az idén a Gazdasági Versenyhivatal a fogyasztókat megtévesztő cégeket - írja a *Világgazdaság*. Hiába a növekvő szigor, egyes szektorokban újra és újra ugyanazokat a jogsértéseket követik el a cégek. Az egyik legtöbb baj az egészségre ható termékek piacán van, ahol rendre gyógyhatásúként hirdetnek termékeket. Visszatérő ügyfélnek mondhatók a távközlési cégek és a kereskedelmi láncok is.

(MN)

(Magyar Nemzet, 2010. május 5., szerda, 11. oldal)

A fogyasztói csoport nem ad hitelt!

A fogyasztói csoport nem bank, a szervező cég nem nyújt hitelt. A csoportok 5-10-15 éves futamidőre szerveződnek. A csoporttagok vásárlói joghoz juthatnak, pénzt nem kapnak kézhez, azt közvetlenül az ingatlant, autót eladó kapja meg. A csoporttag sorsolással vagy előtörlesztéssel szerezhet vásárlói jogot. Ennek elnyerési időpontja bizonytalan, jellemzően nem pár hónap, sőt lehet, hogy a tag csak a futamidő végén, 5-15 év múlva jut hozzá. Gyorsabb hozzájutáshoz előtörlesztést kell felajánlania, amire BARlistások, nyugdíjasok, eladósodott tagok aligha képesek. A szerződéstől az aláírását követő 30 napig lehet elállni kis veszteséggel. Ha azt később mondják föl, a már befizetett pénzhez csak a teljes futamidő lejártja után, kamat nélkül lehet hozzájutni.

Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete, Gazdasági Versenyhivatal, Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság

(Metropol, 2010. május 6., csütörtök, 7. oldal)

Csomagban támad a Telekom

A telefon-, a tévé- és a netpiac után belép az áram- és a gázkereskedelembé is

Május 17-től villamos energiát és földgázt is kínál ügyfeleinek a Magyar Telekom Nyrt. - először csak az ország egyes részein, az év második felétől pedig további területeken. Az áramot legfeljebb 5, a gázt 8 százalékos diszkonttal adja, ez egy átlagos háztartásnak akár évi 20 ezer forintos megtakarítást is jelenthet. A cég 3-5 éven belül 3-5 százalékos energiapiaci részesedést szerezne meg. Bár meghirdetett, elsődleges célja a meglévő ügyfélkör megtartása, máris új szolgáltatások bevezetésére készül a cég. Idővel például okos mérőket is telepítene, úgy tudjuk, ez utóbbi szegmens a rivális Pannont is vonzza. A Telekom az áramot és a gázt az E.On-tól veszi. Hamarosan más hazai telekommunikációs cégek is követhetik a fenti példát, már csak azért is, mert Európa nyugati részein már egyáltalán nem szokatlan az a vállalkozás, amelybe most a Telekom belevágott.

B. Horváth Lilla

Május 17-től villamos energiát és földgázt is kínál hazai ügyfeleinek - egyelőre kísérleti jelleggel - a Magyar Telekom Nyrt. Az energiahordozót diszkontáron adja, az egyetemes piaci árhoz viszonyított kedvezmény annál nagyobb, minél több Telekomszolgáltatást vesz igénybe az adott háztartási, illetve kis- és középvállalati fogyasztó. Az áramot az egyetemes piacinál legfeljebb 5 százalékkal, a gázt 8 százalékkal adja olcsóbban. „Ez igen jelentős megtakarítást tesz lehetővé annak fényében, hogy egy átlagos háztartás évi 360 ezer forintot költ energiára” - mutatott rá a tegnapi tájékoztatón Christopher Mattheisen, a társaság elnök-vezérigazgatója. A lépéssel a Telekom az egyetemes szolgáltatásból tud ügyfeleket szerezni, mert a ver-senypiacon a lakossági és a kkv-szegmensben egyedül az EMFESZ Kft. aktív, az is csak a gázkereskedelemben, 8 százalékos energiadíj- kedvezménnyel. Az EMFESZ-től azért nehezen tudna ügyfelet elcsábítani, mert nem kínált alá, ráadásul energiapiaci ügyfeleitől elvárja, hogy telekomos piacon is a kliensei legyenek. Felvetésünkre Christopher Mattheisen hangsúlyozta, hogy az energiapiacra való belépéssel nem a mindenáron való terjeszkedés a cél, tehát a Telekom az EMFESZ-nek sem dobott kesztyűt. A fő cél a meglévő ügyfelek megtartása, de persze jól jön, ha az olcsóbb áramért vagy gázért egyes fogyasztók átigazolnak a Telekom tévé-, internet- vagy telefonszolgáltatásához. Az elnök-vezérigazgató újságírói kérdésekre elmondta, hogy cége három-öt éven belül 3-5 százalékos magyarországi energiapiaci részesedést szeretne megszerezni. Májusban egy fővárosi kerületben, valamint Miskolcon, Székesfehérvárott, Szegeden és Szombathelyen indítja meg a gáz- és áramértékesítést, az év második felétől további területeket fed le. A lakosságot a T-Home, a kkv-kat a T-System márkanév alatt szolgálja majd ki, induláskor havidíjas rendszerben. Az ügyfelek külön kapnak majd távközlési, áram- és gázzámlát. Az energiapiaci megjelenéssel komoly szinergiákat használ majd ki a cég: országos ügyfélszolgálat van, rendelkezésére áll a megcélzott fogyasztói kör kiszolgálásához szükséges informatikai felkészültség, és van megfelelő számlázási rendszere is. Igaz, néhány 100 millió forintos beruházásra és személyi fejlesztésre is szükség volt. „A stratégia az, hogy több olyan szolgáltatást is egy csomagban nyújtunk, amelyet a háztartások igényelnek. A tévé-, a telefon-, az internet-, az áramés a gázzegmens után további piacokra is be kívánunk lépni” - mondta Christopher Mattheisen, de még nem fedte fel, melyekre gondol. Hosszabb távon az okos mérőórák bevezetésére is készül a Telekom. Információnk szerint az okos mérők szegmensében megjelenne egyik riválisa, a Pannon is, amely a mérőkben használt SIM kártyákból szállítana minél többet. Az energiahordozót a Telekom az E.On nagykereskedőtől vásárolja, amellyel többéves stratégiaszerződést kötött. „A fenti díjkedvezményt egyedül a Telekom állja” - válaszolt a Világgazdaságnak Pataki Róbert, a társaság stratégiai és üzletfejlesztési vezérigazgató- helyettese. Az együttműködés részleteit a Telekom üzleti titokként kezelte. Lapunk úgy tudja, hogy az E.On versenytárgyaláson választotta ki. A partnerség révén várható forgalomról Kutas István, az E.On szóvivője sem nyilatkozott lapunknak, de elmondta, hogy cége számára érdekes a helyzet, hiszen a stratégiai partnere részben a riválisa is.

Többen is követhetik a példáját

„Európa nyugati részén nem szokatlan dolog, amire most a Telekom vállalkozik. Nem csodálkoznék, ha rövid időn belül több telekommunikációs vállalat is követné a példáját” - értékelte lapunknak a társaság lépését Gallyas Igor kommunikációs szakértő. Szerinte ha a Telekom „csak” a

már meglévő ügyfélkörének, dolgozóinak, partnereinek ad el áramot és gázt, tehát csak kihasználja meglévő adatbázisát és ügyfélszolgálati struktúráját, máris extra bevételi forrásokat talál. Természetesen ha ügyes, és szolgáltatásának belső, szakmai tartalma és külső, kommunikációs tartalma is kellően kiforr, ennél több sikerre is számíthat. Ugyanakkor ez teljesen új terület a számára, amelynek megvannak a saját buktatói, szabályai, titkai, módszerei. Ha ezeket is megtanulják, még erősebbek lehetnek. „Biztos vagyok benne, hogy az E.On pontosan felmérte előre, hogy számára is fontos új bevételi forrás lehet a Telekomnak eladott mennyiség, de abban is biztos vagyok, azt is felmérték, hogy a Telekom semmiképpen sem jelenthet konkurenciát számukra” - jelentette ki Gallyas Igor. Azt is megszoktuk, hogy lehet gyógyszert vásárolni a benzinkúton, miért ne szokhatnánk meg azt is, hogy lehet gázt venni egy telekommunikációs cégtől.

Áram a telefonfülkéből

A Telekom Austria a múlt relikviáinak számító telefonfülkéket áramtöltő állomássá alakítja elektromos járművek számára. Ezzel két legyet üt egy csapásra: hasznosítja a mobiltelefonok terjedésével feleslegessé vált telefonfülkéket, részben pedig kiszolgál egy jelenleg feljövő piacot. A társaság 2010-ben kezdetben harminc fülkét alakít át töltőállomássá, egyenként 1500-3000 euró befektetéssel. A fülkékben konnektoros csatlakozással feltölthetők lesznek mind az elektromos autók, mind az elektromos kerékpárok, motorok akkumulátorai. Az állomások teljesen automatizáltak lesznek, a számlát SMS-ben rendezheti az ügyfél.

Csatlakozások

Az a stratégia, hogy egy cég minél több szolgáltatást nyújtson egy csomagban egy-egy háztartásnak vagy üzleti ügyfélnek

(Világ gazdaság, 2010. május 6., csütörtök, 1+10. oldal)

Megbírságolt pénzügyítő

A Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete engedély nélküli pénzügyi szolgáltatási tevékenység miatt 20 millió forint bírság megfizetésére kötelezett egy magánszemélyt. A PSZÁF a Giga-Dollár Kft.-re vonatkozó ügyfélbejelentések nyomán hivatalból indított piacfelügyeleti eljárást a társaság ügyvezetője, idősebb Bíró Zsolt ellen. A vizsgálat megállapítása szerint Bíró magánszemélyként több ügyféllel kötött olyan megállapodást, amelyben vállalta, hogy az utóbbiak által pénzügyi vállalkozásoktól fölvetett hitelek törlesztőrészeit részben ő fizeti, ha az ügyfelek az általuk szándékozottnál magasabb hitelösszegeket vesznek föl, s a különbözetet átadják számára. E tranzakciók a jogszabályok szerint üzletszerűen végzett jogosulatlan pénzügyi tevékenységnek, betétgyűjtésnek minősülnek. (május 7. *Napi Gazdaság* 20.o.)

A pangás jelei a tejpiacon

Magyar tejek mutatkoznak be a hét végén hazai hipermarketeknél. A kezdeményezés ezúttal békésebb, mint a tejtermelők tavalyi tüntetései idején, ám a fellendülés jelei ellenére távolról sincs minden rendben az ágazatban. Egyfelől az elmúlt hetekben megállt a nyers tej árának növekedése. A tavalyi év közepén tapasztalt mélypont után lassú növekedés indult meg, amelynek nyomán márciusra kilónként 70 forint körüli szintre emelkedett a nyers tej hazai felvásárlási ára, Istvánfalvi Miklós, a Tej Terméktanács elnökhelyettese most azonban stagnálásról számolt be. Mint mondta, a 68- 69 forintos kilónkénti ár elsősorban a fokozódó piaci nyomás következménye. Ezt igazolja a készletek növekedése is, ami elsősorban a Csehországból és Szlovákiából hazánkba érkezett UHT-tejek következménye. Az elmúlt négy évben három százalékkal csökkent a hazai tejfogyasztás, ám a magyarok évente átlagosan még mindig 68,9 litert isznak. Ezzel hazánk még mindig tejnagyhatalomnak számít - derül ki a GfK és a Tetra Pak Hungaria Zrt. statisztikáiból.

(Világgazdaság 7.o.)

Csak a Lidl jutott tíz százalék fölé

Egyedül az elmúlt években a hálózatfejlesztés helyett a marketingre koncentráló Auchan üzletláncnál haladja meg az egy négyzetméternyi eladótérre eső forgalom a másfél millió forintot - a Nielsen adatai alapján lapunk számításai szerint ugyanakkor a vezető trióból (Auchan, Lidl, Cora) csak a Lidl tudta tavaly 10 százalék felett növelni az egy kereskedelmi négyzetméterre jutó bevételét. Az eddig a kilences lista végén álló Aldi megrázta magát, tavaly több 140 százalékkal növelte forgalmát, ami automatikusan feljebb nyomta a listán, ám az egy négyzetméterre jutó forgalma "csak" 120 százalék körül nőtt. A piac legnagyobb árbevételű lánc, a Tesco némi visszaeséssel tartja az egymillió forint feletti négyzetméterenkénti eladást - ez négy éve még 1,2 millió forint volt. (Napi Gazdaság 1+4.o.)