

Hihetetlenül jó ajánlat vagy átverés?

Nem árt óvatosnak lenni azokkal a vállalkozásokkal szemben, amelyek erőszakos módszerekkel vásároltatnak meg az emberekkel – főleg nyugdíjasokkal – az általuk kínált árnál jóval olcsóbban is megkapható holmikat. A történetünkben szereplő termékbemutató cég illetékese szerint ők mindenre odafigyelnek, és alig akad olyan ember, aki elégedetlen lenne velük.

„A fogyasztóvédelmiseket és az apehosokat kérjük, még most hagyják el a buszt” – ezzel a poénosnak vett felhívással üdvözölték a Mesterceremónia Kft. részéről azokat az embereket, akik elfogadták a termékbemutatójukra való meghívást idén április 4-én – mesélték el a hvg.hu-nak.

Az utazás – amelyet a Pannon-Urlaub Kft. szervezett – célállomása a Békés megyei Gyomaendrődön volt. Itt a Mesterceremónia Kft. rendezésében a nyugdíjasokból álló társaság tagjai egy nyereményjátékon vehettek részt. A nyerteseknek kedvezményes vásárlási lehetőséget kínáltak fel. Így egy 420 ezer forintba kerülő gerincvédős matrachoz – amihez a szerkesztőségünknek bemutatott szerződés szerint ajándékként járt többek között egy ezüstháló, egy dupla indukciós főzőlap, egy konyhai, illetve egy fürdőszobai mérleg – mintegy 220 ezer forintért juthatott hozzá a boldog szerencsés. Néhány ezer forintos előleg befizetésével pedig még a havi részletekben való törlesztés lehetőségét is biztosították. Ezekkel a kedvező feltételekkel a hvg.hu-hoz forduló klientst azonnal rábírták a szerződéskötésre, hozzáteve, hogy ezt „a jó hírt” senkivel, még családtagjaival se ossza meg, „hadd legyen meglepetés”.

A papírok aláírásakor aztán az asszony orra alá dugtak egy kiegészítést, mely szerint nyolc napon belül visszamondhatja a vásárlást, de csak akkor, ha a cégnek járó bánatpénzt kifizeti. A bánatpénz a vételár 25 százaléka. Amennyiben nem fizet bánatpénzt, bírósághoz fordulnak. A pereskedésnek, illetve az áru külföldről Magyarországra történő szállításának költségeit pedig a vevőnek kell rendeznie, s a pénzt levonadják a nyugdíjából.

A vásárlást még a családja előtt is szégyellő asszony mégis megosztotta a történeteket lányával. Judit nem fogadta kitörő örömmel a több százezer forintos vásárlást, főleg azért, mert nem értette, miért kerül egy szűrőbetét hétezer forintba, amikor a boltban ezerötszázért megkaphatja. A hvg.hu-nak a hölgy elmondta azt is, hogy anyjával megbeszélve döntöttek arról, visszamondják a szerződést, és nem kérik a különlegesnek mondott, egyedi méretre készülő matracot. Ezért másnap – még a kikötött nyolc napos határidőn belül – postázták a kontraktus felmondását. Emellett felhívták a cég ügyintézőjét, aki hallva a panaszt, közölte, nem baj, de kéri a bánatpénzt, a 420 ezer alapján járó 105 ezer forintot. Az asszony a fogyasztóvédelem Békés megyei igazgatóságát is megkereste, ahol arról tájékoztatták, hogy ha kicsúszott a nyolc napos határidőből, akkor már csak a bíróságtól kérheti a szerződés semmissé nyilvánítását.

Céges kapcsolódások

A termékbemutatót szervező cégeket megvédő Andrassy Zoltán a cégnyilvántartás alapján jól ismeri a társaságokat. Andrassy ugyanis tulajdonos volt a Mesterceremónia Kft.-ben, amelynek székhelye – Budapest, Sáfrány u. 25. – megegyezik Andrassy cégével, a szintén termékbemutatókat tartó és megpanaszolt Life Management Program Kft.-ével. Andrassy Zoltán egyébként tulajdonos volt a Pannon-Urlaub Kft.-ben is.

Ez a történet az internetes bejegyzések alapján nem egyedi, sőt szinte szóról szóra ugyanazokat a fordulatokat, módszereket tartalmazza az elmesélt esetek. Ezek között akad olyan is, amikor a termékértékesítés ideje arra az időszakra esett, amikor a Mesterceremónia Kft. adószáma fel volt függesztve. A cégnek egyébként nemcsak idén, hanem korábban – még Kajagoogoo néven – is adódott hasonló gondja. A Nemzeti Adó- és Vámhivatal tájékoztatása szerint az adószám

felfüggesztése „csak” azzal jár, hogy „annak időtartama alatt, illetve erre az időszakra vonatkozóan az adózó adó-visszaigénylést, adó-visszatérítést és költségvetési támogatást nem kérhet”.

Az ügyvel kapcsolatban a termékbemutatót megszervező Pannon-Urlaub Kft.-t és a programot lebonyolító Mesterceremónia Kft.-t is megkerestük. Az előbbi vállalkozás részéről Andrassy Zoltánt értük el, aki közölte: ő csak megbízottja a Pannon-Urlaub Kft.-nek, s az a feladata, hogy a kérdéseinket továbbítsa Hamvai Tibor cégvezetőhöz. Andrassy ezt követően arról számolt be, hogy a Pannon-Urlaub csak a termékbemutató helyszínére való utazást szervezi, valamint gondoskodik megfelelő terem biztosításáról. Hozzátette: neki a Mesterceremónia Kft.-hez semmi köze nincs, a nevükben nem tud nyilatkozni.

Ennek ellenére Andrassy Zoltán egy óra múlva újra telefonált, s elmondta, utána néztek az április 4-i esetnek. „A vásárló simán visszamondhatta volna a terméket, a probléma abból adódott, hogy nem ő, hanem a lánya próbált lépni ez ügyben” - mondta. Andrassy egyébként a Mesterceremónia rendben lévő működését azzal is igyekezett alátámasztani, hogy elárulta: a vállalkozás tevékenysége megkezdése előtt benyújtotta a szerződésük mintáját a fogyasztóvédelmi hatósághoz, amely elfogadta azt.

A Mesterceremónia ügyvezető igazgatója, Kirsné Becsei Etelka is erre hivatkozott. Kérésünkre utána nézett az április 4-én történt, utóbb kifogásolt vásárlásnak. Közölte, a rendelést már sztornózták, és az ügyfél az általa befizetett előleget vissza is kapja. A cégvezető megjegyezte, minden esetben így járnak el. Ezzel szemben Andrassy Zoltán még azt állította – egyébként a szerződés kiegészítésében is az szerepel –, hogy egyedileg gyártott termékek esetén csak bánatpénz ellenében bontják fel a kontraktust. Kirsné Becsei Etelka továbbá hangsúlyozta, hogy ha az utazás elején olyan kijelentést tett a cég munkatársa, amit a panaszos említett, akkor attól elhatárolódnak, és ha jelentik nekik, ki is vizsgálják az esetet.

A Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság szóvivője, Fülöp Zsuzsanna ugyanakkor a hvg.hu-t arról tájékoztatta, hogy előzetesen nem szoktak szerződésekről megállapítást tenni, mivel nincs beleszólásuk a szerződéses jogba. Elmondta azt is, hogy számukra sem ismeretlenek az utaztatással egybekötött termékbemutatók. Egy hónappal ezelőtt állapították meg például a fogyasztók megtévesztését a győri székhelyű Beck Reisen Kft. működése kapcsán, ami miatt a cég utazásszervezői tevékenység végzésére vonatkozó engedélyét vissza is vonták. A céget a fogyasztóvédelem 450 ezer forintos bírságra ítélte. A szóvivő tájékoztatása szerint a társaság ezentúl csak utaztatást nem végezhet, de termékbemutatókat továbbra is szervezhet.

Általános tapasztalat – fejtette ki Fülöp Zsuzsanna –, hogy azért panaszkodnak, mert nyugtát vagy jótállási jegyet nem kap a vásárló, illetve a cégek félrevezető tájékoztatást adnak a vásárlónak. A szóvivő megjegyezte, a termékeket értékesítő ügynökök gyakran olyan erőszakosak és határozottak, hogy az emberek, főleg az idősebb, védtelenebb korosztály tagjai nem tudnak ellentmondani nekik. „Egy panaszos például arról számolt be nekünk, hogy kérdésére, miszerint miért nem tájékoztatták arról, hogy elállási joga van, azt felelték, mert akkor mindenki visszalépne a szerződéstől.”

Az NFH szóvivője elmondta azt is, hogy akkor tudnak eljárni, ha az emberek panaszt tesznek náluk. Az általuk lefolytatott vizsgálatokat azonban nem követik rendőrségi vagy adóhatósági eljárások, így a szankciók kiszabása terén szűkek a lehetőségeik. A fogyasztóvédelmi hatóság a megelőzésre fektet hangsúlyt, ezért próbálják az emberek figyelmét felhívni arra – a hatóság honlapján is –, hogy fontolják meg a termékbemutatókkal összekötött kirándulásokon való részvételt, s ne higgyenek a kihagyhatatlan, a csak itt, csak most és csak önöknek kínált ajánlatoknak mondott vásárlási lehetőségeknek. Hangsúlyozta, aki mégis belemegy a vásárlásba, az nyolc napon belül, indoklási kötelezettség nélkül, a termékek visszaszolgáltatásával elállhat a szerződéstől, amiért a cég semmit sem követelhet.

http://hvg.hu/itthon/20110413_hihetetlen_jo_ajanlat_nyugdijasok_atveres#rss

(HVG.hu, 2011. április 15., péntek)

NAV: célpontban a piacok, vásárok, élelmiszerüzletek

A Nemzeti Adó- és Vámhivatal Közép-magyarországi Regionális Adó főigazgatósága fokozott ellenőrzéseket tart a húsvéti ünnepeket megelőzően Budapesten és Pest megyében. 2011. április 4-e és 30-a között a NAV vámszakmai területével, fogyasztóvédőkkel, munka-, illetve népegészségügyi ellenőrökkel közösen járják a piacokat, élelmiszer- és italkereskedéseket, de ellenőrök megjelenésére számíthatnak a virágkereskedők és a vendéglátósok is - áll a hivatal közleményében.

A NAV Közép-magyarországi Regionális Adó Főigazgatósága ebben az időszakban főleg a nyugta-, számlaadási kötelezettség teljesítését, valamint a foglalkoztatás szabályainak betartását vizsgálja, de az ellenőrzés kiterjed az áruk eredetére, valamint a pénztárgépek üzemeltetésével kapcsolatos szabályok betartására is. Április 4-e és 30-a között fokozottan ellenőrzik a kereskedelmi egységeket, vásárokat, piacokat és a tavaszi, húsvéti szezonális termékeket árusító üzleteket.

Megjelenhetnek az ellenőrök a virág, élelmiszer-, és italáru-forgalmazóknál, valamint a különböző rendezvényeken, kiállításokon megjelenő értékesítőknél, szolgáltatóknál is, de a feldolgozóipar és a vendéglátás területén tevékenykedő adózók is számíthatnak revízióra.

Az ellenőrzéssorozatban a NAV Közép-magyarországi regionális adóügyi, vámügyi, illetve bevetési munkatársai mellett részt vesznek a fővárosi és a Pest megyei kormányhivatalok szakigazgatási szerveinek (fogyasztóvédelmi, munkavédelmi és munkaügyi, népegészségügyi szakigazgatási szervek) ellenőrei is.

http://www.privatbankar.hu/frisshir/hircentrum/nav_celpontban_a_piacok_vasarok_elelmiszeruzletek_97793

(privatbankar.hu, 2011. április 15., péntek)

Még szerződéskötés előtt érdemes tanácsot kérni

Jobban megnézzük, milyen autót, tévét veszünk, mint hogy milyen banki szerződést írunk alá. Az átlagember számára bonyolultak a pénzügyi termékek leírásai, de ezek megértésében és a bajba jutott hiteleseknek is segít a pénzügyi tanácsadó iroda.

Pénzügyi tanácsok viták rendezéséhez címmel keddi számunkban írtunk a győri tanácsadó iroda megnyitásáról. Azóta tizenhatan kértek személyesen és legalább ennyien telefonon segítséget, többen pedig időpontot dr. Rácz Sándor tanácsadótól. A szakember elmondta: többen azért kerültek bajba, mert fogyasztói csoportba úgy léptek be és fizettek regisztrációs díjat, hogy nem tudták, nem hitelt kapnak. E csoportok alapításának betiltását már kezdeményezte a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete.

A PSZÁF képviselői - akik tegnap ellátogattak az új irodába -, arról beszéltek, hogy szerződéskötés előtt érdemes a felügyelet támogatásával működtetett ingyenes ügyfélszolgálathoz fordulni. Még a hitelre, befektetésre, biztosításra vonatkozó megállapodás aláírása előtt is. Ahhoz is életviteli tanácsot kaphatnak ugyanis az érdeklődők, melyek azok a pénzügyi termékek, amelyek fizetését várható bevételeikkel vállalhatják.

Akik nem tudják törleszteni hitelüket, azoknak még azelőtt érdemes segítséget kérniük a pénzügyi tanácsadón, mielőtt hátralékot halmozónának fel, mert jobb áthidaló megoldásokra számíthatnak. Viták esetén, például ha kevesli a biztosítása alapján kapott kártérítést az ügyfél, abban segít a tanácsadó: hogyan, hol érdemes eljárást kezdeményeznie.

Ha a panaszok alapján jogszabálysértésre utaló gyakorlatot tapasztal, jelzi a felügyeletnek például a megtévesztő tájékoztatás, az agresszív értékesítés gyanúját, vagy olyan esetet, amikor nem kap értesítést díjhátralékáról egy-egy ügyfél.

Siklósi Máté, a PSZÁF Fogyasztóvédelmi Igazgatóságának ügyvezető igazgatója elmondta: a gazdasági válság miatt annyian fordultak fővárosi ügyfélszolgálatukhoz, hogy vidéki tanácsadó hálózat létrehozását tartották szükségesnek.

Ehhez egy évre harmincmillió forintot biztosítanak a működtetést pályázati úton elnyert civil szervezeteknek. Ha beválik a tanácsadás e formája, több helyen is irodákat nyitnak.

Ügyfélfogadás. Győrben az Arany János utca 28-32. szám alatt működik a pénzügyi tanácsadó iroda. Hétfőn, kedden, szerdán, pénteken 8-13, csütörtökön 13-19 óráig tart nyitva. Érdeklődni telefonon (96/431-308) és e-mailen (postmaster@civilszovetseg.t-online.hu) is lehet.

http://www.kisalfold.hu/gyori_hirek/meg_szerzodeskotes_elott_erdemes_tanacsot_kerni/2214220/

(Kisalfold.hu, 2011. április 16., szombat)

Hiányzik a fenntartható társadalom eszménye

Az új alkotmányra vonatkozó javaslatba a módosító indítványokkal több olyan jog is visszakerült, amelyeket az LMP elvárt, de a javaslatból továbbra sem rajzolódik ki az ökoszociális piacgazdaság és a fenntartható társadalom eszménye az ellenzéki párt szerint.

Szilágyi László, az LMP fenntarthatósági kabinetjének vezetője budapesti sajtótájékoztatóján elmondta, pártja szerette volna, ha az alaptörvényben megjelenne a reparáció elve, vagyis az, hogy a környezeti károk esetén a szennyezőnek kell fizetnie és neki kell viselnie a felelősséget a helyreállításért is. Példaként említette, hogy a vörösiszap-katasztrófa esetében még fél évvel a gátszakadás után sem derült ki, hogy miből és milyen formában történik meg a kárelhárítás.

A politikus megjegyezte, hogy az alkotmánytervezet szövegében "valamilyen szinten" megjelenik a szennyező fizet elve, de az LMP egy sokkal erősebb szöveget várna el. (A Fidesz-KDNP alaptörvény-javaslatát az rögzíti: "Aki a környezetben kárt okoz, köteles azt - törvényben meghatározottak szerint - helyreállítani vagy a helyreállítás költségét viselni".)

Szilágyi László kitért arra is, hogy az alkotmányban nem látják a vállalkozások természeti és társadalmi felelősségét, ahogy nem tartják elég erősnek a fogyasztók védelmét sem. Hiányolta, hogy a természet- és környezetvédelmi ügyekben több esetben nem jelenik meg a visszalépés tilalma.

Szilágyi László azt mondta, hogy a szövegből "nagyon nehezen lehet kivenni a megelőzés elvét". Hiányzóknak nevezte a környezeti információkhoz való hozzáférés és a döntésekben való részvétel jogát. Az LMP intézményesek garanciákat szeretne látnia arra, hogy a szövegben megjelenjen a környezetvédelmi és fogyasztóvédelmi érdekek - hangsúlyozta, hozzátéve: a párt nem ért egyet jövő nemzedékek ombudsmani hivatalának megszüntetésével.

http://www.greenfo.hu/hirek/hirek_item.php?hir=27268/

(greenfo.hu, 2011. április 16., szombat)

Kínos leleplezés: Magyarországra is olcsóbb árut hoznak a multik?

A vizsgálat eredményei szerint nem mindig ugyanazt kapják a nyugati és a közép-európai országban élő fogyasztók.

Roszsabb minőségű élelmiszert, üdítőt és kávékat szállítanak a nagy gyártók Közép-Európába, mint a nyugati országokba. A szlovák fogyasztóvédelmi egyesület már átadta Brüsszelnek a jelentést arról, hogy az azonos nevű termékek gyakran nem ugyanolyan minőségűek a gazdagabb és szegényebb országokban. Az Európai Bizottság szerint nincs ok aggodalomra.

Üdítőital kerül a bevásárlókocsiba egy brüsszeli hipermarketben. De hiába a világszerte ismert márka, aki ugyanezt a terméket Szlovákiában, Romániában, Bulgáriában vagy nálunk vásárolja meg, nem ugyanazt kapja, mint a belgiumi vásárló. A miénket cukor helyett a jóval olcsóbb izoglukózzal édesítik - mindezt szlovák fogyasztóvédők vették észre.

Hét multicég nyolc országban kapható termékeit hasonlították össze, de csak a lila tehenes csoki volt mindenütt egyforma. Közép-Európában rosszabb minőségű, gyengébb ízhatású volt többféle kávé és bors is. A vállalatok többnyire eltérő fogyasztói igényekkel magyarázzák a jelenséget, a minket felháborító minőségi eltérés az Európai Bizottság szerint normális.

„Ugyanaz a márka, ugyanaz a termék, különböző lehet más-más tagállamokban. Az egységes belső piac nem jelenti azt, hogy az EU-ban mindenütt ugyanazt kapjuk” – hangsúlyozta Frédéric Vincent, az Európai Bizottság fogyasztóvédelmi szóvivője.

A vizsgálat azért megindult, Brüsszelben tanulmányozni fogják a felmérés eredményét. Ezzel párhuzamosan az európai jogalkotók dolgoznak az élelmiszercímkék reformján. A politikusok és a fogyasztóvédők ugyanis egyaránt úgy vélik, hogy a piac nem képes önszabályozásra, a fogyasztó pedig nem kap megfelelő információt arról, hogy mit is tesz a kosárba.

Itthon se ritkák a fogyasztóvédelmi panaszok

A magyar fogyasztóvédelmi hatóság nem tervez összehasonlító vizsgálatokat, csak a hazai piacon megvásárolható termékekkel foglalkoznak. Pedig nálunk is vannak minőségi panaszok.

Elsősorban a kelet-európai piacra gyártott mosóporokra panaszoknak a vevők - mondja az egyik hazai áruházlánc kommunikációs igazgatója. A visszajelzések szerint hiába az azonos márkajelzés, az itthon forgalmazott zacskóból többet kell adagolni egy mosáshoz, mint abból, amit Ausztriában vásároltak. Többen az üdítőitalok minőségét is kifogásolják.

Szűrőpróbaszerű ellenőrzéseket több kereskedő cég is végez, de nemzetközi összehasonlító vizsgálatokra nem vállalkoznak. Ezt központilag kellene megtenni, a fogyasztóvédelem részéről kellene ezt a vizsgálatot elvégezni, hogy valóban a magyar fogyasztók is azt kapják, amit Ausztriában vagy Németországban. A Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság viszont nem tervez ilyen vizsgálatokat.

„Amíg egy termék megfelel a vonatkozó hazai, illetve uniós jogszabályoknak, addig hatóságilag egy ilyen jellegű problémát nem lehet kezelni” – véli Fülöp Zsuzsa, a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság szóvivője.

A vásárlói panaszokat a kereskedők továbbítják a gyártóhoz is, de a multik eddig minden esetben visszautasították a reklamációt; azt állították, nekik egyformán fontos a nyugat- és a kelet-európai piac.

Az egyik legkedveltebb üdítőital gyártói nyíltan vállalják, hogy Magyarországon más a recept. Mint elmondták, az édesítőszer tekintetében lehetnek országonként különbségek, de ezek nem befolyásolják a termékek minőségét. Magyarországon fruktóz-glükóz szörppel édesítik a termékeket, amit annak rendje-módja szerint fel is tüntetnek a címkéken. Az édesítő szirupot magyar beszállítótól vásárolja a cég, azt mondják: annak ellenére, hogy más, ugyanolyan jó a magyar üdítő.

http://www.hirado.hu/Hirek/2011/04/17/17/Kinos_lemeplezes_Magyarorszagra_is_olcsobb_arut_hoznak_a.aspx

(hirado.hu, 2011. április 17., vasárnap)

Elsimítottak ügyeket - Ugrásszerűen nőtt néhány év alatt a panaszok száma

Elsimítottak ügyeket - Ugrásszerűen nőtt néhány év alatt a panaszok száma

Megyei körkép - Ki sem látnak a munkából a Veszprém Megyei Kereskedelmi és Iparkamara mellett működő békéltető testület tagjai, a megkeresések száma hat év alatt megnégyszereződött. Szerencsére a legtöbb esetben sikerül elsimítaniuk a konfliktust.

Évről évre nagyobb feladat hárul a gazdasági kamarák mellett működő békéltető testületre, ugyanis folyamatosan nő az ügyek száma. 2004-ben például még csak 54 megkeresésük volt, 2007-

ben átlépték a százas határt. 2009-ben 145 esetben fordultak hozzájuk, ehhez képest a tavalyi befejezett ügyeik száma 227 volt, ami az 50 százalékos növekedést is meghaladta. A fogyasztói panaszok ugrásszerű növekedése az elmúlt évek sikeres munkájának a következménye.

A békéltető testület 14 tagú, ebből hetet a kamarák (iparkamara, agrárkamara) biztosítanak, hat tagot az Országos Fogyasztóvédelmi Egyesület megyei szervezete, egyet pedig a Magyar Autóklub ad. Tavaly egészségügyi és egyéb okok miatt a testület fele nem tudott közreműködni, így sok feladat hárult dr. Óvári László elnökre és helyettesére, dr. Vasvári Csabára.

Van egy jogszabály, amely járatörlesztés esetén kártérítést ír elő

A 2010. évi 227 határozattal befejezett fogyasztói panaszból 92-t megszüntettek. Ezen belül 32 panasz megalapozatlan volt; több esetben előfordult, hogy a meghallgatás előtt a fogyasztó és a vállalkozó megegyeztek, illetve olyanra is volt példa, ami nem a testület hatáskörébe tartozott. 65 ügyük egyezséggel zárult. 70 esetben ajánlást fogalmaztak meg a vitázó felek számára. Ez utóbbi esetek eredménye számukra nem teljességgel ismert, hiszen az ajánlás megfogalmazása után nem minden esetben kaptak visszajelzést. Valószínűsítik, hogy itt is eredményt hozott a békéltetés. Az alapos és alaptalan kérelmek aránya a korábbiaknak megfelelő, az egyezséggel és ajánlással lezárt ügyek aránya viszont megnőtt.

A testület vezetői két eredményes tavalyi esetet meséltek el. Csőtörés történt egy ingatlanon. A vízszolgáltató jegyzőkönyvében az állította, hogy a vízfolyás olyan helyen történt, hogy az nem terhelte a csatornát, ennek elle-nére a csatornadíjat is kiszámlázták. A fogyasztó a békéltető testület segítségét kérte. Írtak a szolgáltatónak, de ismét elutasították a panaszt. Újbóli levélváltás történt, a testület nyomtatékosan felhívta a figyelmet a szolgáltató saját jegyzőkönyvére, mely szerint a vízfolyás nem terhelte a csatornát. Két hét múlva kapták a választ a fogyasztótól, hogy a csatornadíjat elengedték.

Egy másik érdekes eset utazással kapcsolatos. Egy megyebeli hölgy Brazíliában járt, hazafelé utazott volna, amikor a repülőtéren közölték vele, hogy a gépe egy napot késik. Emiatt ő az európai csatlakozásairól sorban lemaradt, s időben nem ért volna haza. Emiatt azonnal jelezte, hogy 120 ezer forint kártérítésre tart igényt, amit elutasítottak. A békéltető testület kiderítette, van egy légi szabályozásról szóló jogszabály, amely járatörlesztés esetén kártérítést ír elő. Azt kellett elérniük, hogy ne késésnek, hanem törlésnek minősítsék az esetet. Két olyan uniós döntést is találtak, amely húsz óra felett törlésnek minősített hasonló eseteteket. Erre hivatkozva fordultak a légitársasághoz, amely végül 600 euró kártérítést fizetett.

A fogyasztói panaszok igen változatosak, szolgáltatással kapcsolatban 113, termékekkel kapcsolatban 114 megkeresésük volt. Előbbiben az építőipari kivitelezés (27 eset) és a közüzemi szolgáltatások (25 eset) vitték a prímet. Pénzügyi szolgáltatással kapcsolatosan 15 ügyben hoztak határozatot, e terület azonban július 1-jétől már nem tartozik hozzájuk. Termékek esetében a lábbelikkal kapcsolatos kifogásokból volt a legtöbb, szám szerint 59.

http://naplo-online.hu/gazdasag/20110418_bekelteto_testulet#s=rss

(naplo-online.hu, 2011. április 18., hétfő)

Így védekezz a Facebook-hiénák ellen: Te is veszélyben lehetsz!

Az internet térnyerésével egyidejűleg több, a meglévő emberi kapcsolatok ápolására és új ismeretségek kötésére alkalmas kommunikációs csatorna nyílt meg, azonban ezzel együtt jár sajnálatos módon a visszaélések számának növekedése is. Sok fogyasztó számol be ugyanis panaszában arról, hogy valamilyen atrocitás érte, érdemes tehát fenntartással kezelni az egyre népszerűbb közösségi portálokat.

A Fogyasztóvédelmi Egyesületek Országos Szövetségéhez beérkezett panaszokból kiderül, hogy a közösségi oldalakkal kapcsolatban a fogyasztói tudatosságot javítani kell. Sokan ugyanis nem

gondolnak bele annak következményeibe, hogy az általuk megosztott képeket és információkat bárki láthatja, olvashatja és azokat nem egyszer elítélendő célokra használják fel.

Ráadásul a felhasználó által publikussá tett személyes adatok szinte egy kattintással megszerezhetőek, amelyek későbbi felhasználását már nem tudjuk nyomon követni. Könnyen sérülhetnek a fogyasztók személyéhez fűződő jogai, így például a jóhírnévhez fűződő jog, valamint elképzelhető, hogy közzétett képeinkkel egyéb módon is visszaélnék. Ennek bekövetkezte esetén polgári peres eljárást indíthatunk személyhez fűződő jogaink megsértése miatt. Rágalmazás vagy becsületsértés esetén pedig az elkövető büntetőjogi szankciókkal is számolhat.

További veszélyeket rejt, ha nem járunk el fokozott körültekintéssel az egyes kéretlen körüzenetek kapcsán. Ezek ugyanis jobbra valótlán információkat tartalmaznak, sőt, gyakori hogy annak feladója egy számítógépes bűnöző, akinek az egyetlen célja csupán bankszámla adataink megszerzése és anyagi haszon szerzése a fogyasztók kárára.

Mindezek miatt rendkívül fontos a megelőzés, így a magunkról megadott információk körét mindig a lehető legminimálisabbra szűkítjük. Kerüljük az olyan adatok közzétételét, amely azonosíthatóvá teszi személyünket, így például telefonszámunkat és e-mail címünket ne tegyük közzé, ugyanígy figyelni kell arra, hogy lakcímünket vagy korábbi iskoláinkat ne nevezzük meg. Sohase közöljünk a már említettek miatt ránk vonatkozó pénzügyi adatokat.

Gondoljuk meg azt is, hogy milyen képeket teszünk publikussá, hozzászólásaink és véleményünk tartalmát pedig annak tudatában formáljuk, hogy az bármikor nyilvánosságra kerülhet. Sosem tudhatjuk ugyanis, hogy azokat hol látjuk viszont, ez pedig kihatással lehet személyünk mások általi megítélésére. Végül azt sem szabad elfelejteni, hogy a technika vívmányait kihasználva az egyes munkáltatók humán erőforrás specialistái gyakorta tudakozódnak előzetesen az állásra jelentkezőről, annak közösségi oldalát felkutatva.

http://penzcentrum.hu/cikk/1027918/1/igy_vedekezz_a_facebook-hienak_ellen_te_is_veszelyben_lehetsz

(penzcentrum.hu, 2011. április 18., hétfő)

Termékteszt: Csokinyulak

Fontos tudni, hogy mi is rejlik a jellegzetes, ünnephez igazodó húsvéti csokinyúl csomagolása mögött. Ezért szétnéztünk a hazai piacon, és 18 terméket teszteltünk - elsősorban - táplálkozásbiológiai szempontból. A termékek minősége rendkívül széles skálán mozog.

Termékteszt: Csokinyulak

Csokoládé nyúlfigura tesztünkben 40g - 100g-os termékeket vizsgáltunk táplálkozásbiológiai szempontból a csomagoláson feltüntetett, valamint főbb fogyasztóvédelmi információk alapján. A vizsgálatba a nagyobb szupermarketekben (Auchan, CBA, Kaiser's, Lidl, Match, Penny Market, Spar, Tesco) kapható termékeket vontuk be, a biotermékhez a Mammút üzletház bioboltjában jutottunk hozzá.

Tesztünket a teljesség igénye nélkül végeztük. Célunk az volt, hogy átfogó képet adjunk a jelenlegi csokoládényúl kínálatról, ezért különböző minőségű, árú, méretű és gyártójú termékeket választottunk.

Sajnos a piacon nem találtunk olyan terméket, amely minden, az általunk felállított - táplálkozásbiológiai szempontból objektív - paramétereknek, értékkritériumnak egyidejűleg maximálisan megfelelt volna. Így például, ha a végeredményt nézzük, az összesítésben jól szereplő termékek is tartalmaznak egy-két allergént. Illetve a biotermék kivételével minden nyuszi tartalmazott adalékanyagot.

A legnagyobb hátránya ezeknek a termékeknek, hogy nem kizárólag kakaóból készülnek, hanem kakaós tej-, ritkábban étbevonó masszából, amelyek táplálkozásbiológiai értéke kisebb, mint a csokoládéé.

A lista élén az After Eight mentolízű étcsokoládé nyúl áll, két pont lemaradással ezt követik a Szerencsi Diabon nyuszi figura fruktózos tejszokoládéból és a Szerencsi nyuszi figura étcsokoládéból. A jó helyezést annak köszönhetik, hogy magas a kakaó szárazanyag-tartalmuk, nem tartalmaznak hidrogénezett növényi zsiradékot, valamint címkéjük viszonylag jól olvasható.

Sereghajtóként a Dalcetta Kft. által forgalmazott Nyúl figura végzett, amely kakaós tejmasszából készül. A rossz szereplés további okai: e terméknek nem volt kakaó szárazanyag-tartalma, ezzel szemben viszont növényi zsírt, számos adalék- és aromaanyagot tartalmaz. Ha ez nem lenne elég, a címkén nincs feltüntetve sem a tápanyagtartalom, sem a tárolási feltétel.

Termékteszt: Csokinyulak Kiemelendő, hogy ma már a "speciális" termékek is vannak a csokinyúl piacon. Ilyen például a Szerencsi Diabon. A termék fruktózzal készül diabéteszben szenvedő betegek számára. A fruktóz (gyümölcscukor) lassabban emeli meg a vércukorszintet, mint a szacharóz (étkezési cukor), ezért előnyösebb cukorbetegnek a fogyasztása. További pozitívum, hogy szénhidráttartalmat is feltüntették a címkén, így könnyen beleszámítható a napi szénhidrátbevitelbe.

A húsvéti palettáról sem hiányozhat a bio kategória. Az általunk vizsgált Bio Húsvéti nyuszi tejszokoládéból terméknek - a címke szerint - minden összetevője biogazdálkodásból származik, továbbá nem tartalmaz növényi zsírt, adalékanyagot és mesterséges aromát sem. A termék nagy előnye a rendkívül jól olvasható címkéje volt, de hiányoltuk a tápanyag-tartalomra vonatkozó információkat.

Ilyenkor az átlagosnál több a hazai termék, a figurákat ugyanis nagyobb arányban gyártják Magyarországon, mint a táblás csokikat. Ezt tesztünk "alanyai" is igazolják: a terméktípusok közel kétharmada (11/18) magyar termék.

A tejbevonó masszából készült termékekhez lényegesen alacsonyabb árfekvésben lehet hozzájutni. Összességében elmondható, hogy a különböző összetételű csokoládényulak ára igen széles skálán mozog. Amíg a legolcsóbb termékből egy kilogrammnyi 1000 Ft-ért vásárolható meg, addig a legdrágább (bio) termék ennek több mint tízszereséért, 11 125 Ft/kg áron kapható.

Az árak széles skálán mozgását bizonyítja az a tény is, hogy a minőség tekintetében első öt helyezést elért termék között is találunk az átlagár (5000 Ft/kg) alatti terméket (Szerencsi nyuszi figura étcsokoládéból, Szerencsi Diabon), illetve az utolsó öt helyen lévő termék között pedig ezen átlagár felettieket is felfedezhetünk (Kit Kat és Smarties tejszokoládé nyulak). Az pedig magától értetődő, hogy ez esetben érdemes a jobb minőségű terméket választanunk, ha az hasonló mértékben terheli meg pénztárcánkat, mint egy minőségileg rosszabb.

<http://feedproxy.google.com/~r/TudatosVasarlo/~3/TC24xnp8C0Y/termekteszt-csokinyulak>

(tudatosvasarlo.hu, 2011. április 19., kedd)

Fogyasztóvédelem új megközelítésben

HBN DEBRECEN. A Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság (NFH) az ellenőrzésekkor a jövőben még inkább a megelőzésre helyezi a hangsúlyt, amiben partnerséget ajánl a vállalkozóknak, a vállalkozói érdekképviselőknek és a civil szervezeteknek is - jelentette be dr. Barcsa Lajos megbízott regionális fogyasztóvédelmi igazgató szerdán. Az NFH megyejáró körútjának debreceni helyszínén az érdeklődő vállalkozók zsúfolásig megtöltötték a termet. A tájékoztató után megállapodást írtak alá, melynek érintettjei hangsúlyozták: a legjobb fogyasztóvédő a felkészült vállalkozó. Hiszen sokszor nem szándékosság, hanem a vállalkozó tájékoztatatlansága áll egy-egy jogsérelem mögött.

(Hajdú-Bihari Napló, 2011. április 14., csütörtök, 1. oldal)

Legyen résen a húsvéti vásárláskor! Árak, minőségi különbségek

FMH - Nem minden sonka, ami annak látszik, de ugyanez vonatkozik a csokinyuszira is - derül ki húsvéti körképünkéből. Résen kell lennünk, ha minőséget akarunk az ünnepi asztalra tenni!

Tavaly minőségi problémák miatt a kutya elé került az a bolti készítmény, amelyet húsvétra vásárolt a család sonka címszó alatt... Idén ez nem fordulhat elő, ugyanis a sonka árán kívül fontos döntéshatározó tényezővé nőtte ki magát a termék összetétele is. Az árverseny miatt egyre több rossz minőségű, furcsa ízű sonka kerül a polcokra, amelyekről csak otthon derül ki, hogy alkalmatlanok a gasztronómiai élvezetekre. Hasonló a helyzet a csokoládényuszikkal, tojásokkal is, amelyeknek jelentős része ma már alig tartalmaz valódi csokoládét. A tyúktojás tekintetében azonban még ennél is meglepőbb a helyzet: ma nem a húsvét a tojás fő szezonja, hanem a karácsony.

Rengeteg termék kapható manapság sonka címszó alatt az üzletekben és a piacokon, de vajon mi a különbség közöttük? Nos, nem csak az ár...

Gombos Zoltán, az Élelmiszerlánc-biztonsági és Állat-egészségügyi Igazgatóság megyei igazgatója és főállatorvosa elárulta: a húsvéti sonka lehet bőrös vagy bőr nélküli, csontos vagy csont nélküli sertéscomb vagy lapocka. Bőrös készítmény esetén a szalonnaréteg maximum 2 centiméter lehet, viszont véraláfutásnak, a bőrös részen szőrnek helye nincs! Ezenkívül viszont lehet nyers vagy hőkezelt.

A nyers sonkáknál nem árt résen lenni, ugyanis ezeket pácolással állítják elő, tartósításukat füstöléssel vagy szárítással végzik. Manapság már létezik gyorspácolás és gyorsérlelés, amikor is páclevet juttatnak a szövetek közé. Sőt, nem ritkán a füstölés ízét is füstaromával helyettesítik. Így lesz pillanatok alatt kész a füstölt sonka... Aki igazira vágya, az a parasztsonka megjelöléssel ellátottat válassza, ami nem lehet más, csak szózással, pácolással és füstöléssel tartósított, formázott sertéscomb vagy lapocka. Tehát, aki nem szereti a huszonegyedik századi "mindent-most-de-azonnal" típusú termékeket, az ne válasszon olyan sonkát, amelyre ráírták a gyorsérlelés, gyorspácolás tényét, és az összetevők közt a füstaroma is szerepel.

Persze a minőség többbe kerül - ez derült ki bevásárlókörutunkon is: sonkát már 600 forinttól kaphatunk, igaz, gyorspácoltat, amíg a valóban jó minőségű füstölt parasztsonka kilója legalább ezer forinttal drágább. Érdekes, hogy a pápai, szegedi és debreceni húsüzemek, bár hagyományos eljárással készítik a sonkát, a termékek mégis tartalmaznak füstaromát és tartósítószeret. Ezek közül tarját 1599, békebeli tarját 1750 forintért kaphatunk. A parasztlapockáért 1550-1749 forintot kell fizetnünk. A tóalmási, falusi, füstölt, kötözött sonkát 1190 forintért vásárolhatjuk meg. A prémiumkategóriás diósonka kilója 2200 forint, a kötözött karajé pedig 2490.

A Szent István Szakképző Iskola tanműhelyében hagyományos szózással, kőfüstölőben készített madzaggal kötözött sonkát és tarját készítenek: a tarja kilója 1455 forintot kóstál, a combért 1739 forintot kérnek.

Ha a sonkát megvettük, nézzünk körül a tojások között! Az üzletek leggyakrabban csak ketreces tartásból származó, magyar tojást kínálnak. Kivételt jelent az állatbarát tartásban termelt, mélyalmos, friss tanyasi, amelynek tíz darabja van ahol 349, másutt 429 forint. Saját márkás tojásokat 299, 329-ért kaphatunk. A harminc darabos tálcát 649, 659 és 799 forintért kínálják. Érdekesség az UV C fényel kezelt tojás, és az előre megfestett, főtt tojás, amely 449 forintba kerül.

Általában igaz: ha nagy csokigyártó cég húsvéti termékéből választunk, többet fizetünk, de biztosak lehetünk benne, hogy legalább harminc százalékos kakaótartalmú, valódi csokiból készült, szemben a tejszínbevonó kakaómasszából előállított édesipari termékekkel. A legolcsóbb negyven grammos, hat százalékos kakaóportartalmú masszanyulak 59 forintnál kezdődnek, a tejszínbevonóból készütek 179 forinttól. Német 60 grammos csokinyulat 99 forintért vehetünk, a hazai nagy csokimárkák tízdekás mogyorós, ét- és tejszínbevonó csokinyulai 349 forinttól kezdődnek.

Az állat-egészségügyi és a fogyasztóvédelem sorra járják húsvét előtt az üzleteket, ennek során kiderült, hogy egyre kevesebb a minőségi, fogyasztóvédelmi kifogás, de azért akad: az állat-egészségügy ellenőrei például áprilisban büntettek már higiéniai hiányosságok és lejárt fogyaszthatósági idejű termék miatt, sőt, megdöbbenésükre lejárt szavatossági idejű, karácsonyi szalonnacukrot is le kellett vetetniük a polcokról. A Fejér Megyei Kormányhivatal Fogyasztóvédelmi

Felügyelősege is érdekes dolgokat tapasztalt. Schneider Istvánné megbízott igazgató szerint előfordult, hogy az akciós termék különös módon a pénztárhoz érve megdrágult, többet kellett érte fizetni, mint ami ki volt írva fölötte.

A tyúktojás vásárlásánál érdemes figyelünk arra, amit Zimmermann Gyula, az Aranybulla Mezőgazdasági Részvénytársaság ágazatvezetője javasolt:

- Ha a tojás héján feltüntetett jelzésen az első szám után a HU betűsor szerepel, akkor biztosan magyar terméket vásárolunk - mondta, s mutatta is az ágazatvezető, és hozzátette: manapság már nem a húsvét a tojás fő szezonja, hanem a karácsony. A tavaszi ünnepen ugyanis több csokitojás fogy, mint valódi...

Nem árt még tudni

- A tojáson az országjelzés előtti számok a következőt jelentik: az 1-es a szabad tartásban, a 2-es az alternatív tartásban termelt, a 3-as pedig a ketreces tartásból származó tojás.

- Az S-es tojás az 53 gramm alatti, az M-es az 53-63, az L-es a 63-73, az XL-es pedig az e fölötti súlyt jelöli.

- Körutunkon kiderült: a legkakaósabb csokinyúl 50 százalékot tartalmazott az édes élvezetből. Egy tízdekás 599 forintba került belőle.

http://fmh.hu/cimlapon/20110419_sonkakommando_husvet#s=rss

(fmh.hu, 2011. április 20., szerda)

Hibás számlázás miatt bírság az E.On-nak

Bírságot szabott ki az E.On-ra a fogyasztóvédelmi hatóság, mert magasabb árkategóriában számlázott egy magánszemélynek.

A székesfehérvári lakos 1200 köbméternél kevesebb gázt fogyasztott éves szinten, így a kedvezményes 1-es árkategóriába tartozott, ám bizonyos mennyiséget a drágább 2-esben számláztak ki neki. Hiába tett panaszt a szolgáltatónál, ezért a fogyasztóvédelmi hatósághoz fordult. A hatóság jogsértést állapított meg, és 50 ezer forintos bírságot szabott ki az E.On- ra, március végi határozatában -tette közzé a Fejér Megyei Hírlap.

<http://feedproxy.google.com/~r/mon/orszagos/~3/c7oomVBUOuw/haon-news-charlotteInform-20110420-0729121990>

(mon.hu, 2011. április 20., szerda)

Még mindig nem tudatos fogyasztók a magyarok

Erre mutat rá a 2011-es európai fogyasztóvédelmi konferencia alkalmával közzétett Eurobarométer-felmérés. A megkérdezett fogyasztóknak kevesebb mint 50%-a érzi magát magabiztos, tájékozott és védett fogyasztónak az EU-ban. A tudatos fogyasztók könnyen felismerik a legelőnyösebb ajánlatokat, ismerik jogaikat, és problémák esetén jogorvoslatért fordulnak. Becslések szerint az EU GDP-jének 0,4 százalékát teszik ki a fogyasztók által bejelentett károk, és az uniós fogyasztók több mint egyötöde szembesült már valamilyen problémával az elmúlt 12 hónapban.

A 2010-ben készített felmérés során 29 ország (EU27, Izland és Norvégia) 56 471 fogyasztójának magatartását vizsgálták. A feltett 70 kérdés a fogyasztói érdekérvényesítés három fő területére, a fogyasztói kompetenciára, a fogyasztók saját jogaikkal kapcsolatos tudatosságára, illetve a fogyasztók magabiztosságára terjedt ki. A felmérés célja a fogyasztói kompetenciával,

tudatossággal és magabiztossággal kapcsolatos információk gyűjtése, amelyek alapján kialakíthatók és részleteikben is kidolgozhatók a valós fogyasztói magatartást figyelembe vevő uniós és nemzeti szintű politikák.

A kutatás arra mutatott rá, hogy számos lehetőség kínálkozik, amelyek révén növelhető a fogyasztók jóléte, mérsékelhető az őket érő károk. Az internetnek és a médiának lényeges szerepe van: a fogyasztók több mint 38 százaléka a világhálón hasonlítja össze a különböző termékeket, a média pedig közvetlenül képes szólni a polgárokhoz.

A megkérdezett európai polgárok közül minden ötödik szembesült már panaszra okot adó problémával. Becslések szerint a fogyasztókat érő károk az EU GDP-jének 0,4 százalékát teszik ki. Az alacsonyabb végzettséggel rendelkezők és az idősebbek kevésbé hajlandók jogorvoslatot igénybe venni, noha nem valószínű, hogy kevesebb kellemetlenség éri őket. A felmérés megerősítette, hogy számos probléma megoldható lenne, ha több alternatív vitarendezési lehetőség állna rendelkezésre.

A számolási készséget illetően már az egyszerű számítási műveletek is gondot okoznak a fogyasztóknak: csupán 45 százalékuk válaszolt helyesen a fogyasztói magatartással kapcsolatos három kérdésre. Ami a pénzügyi kompetenciát illeti, a megkérdezettek húsz százaléka síkképernyős tévékészülék vásárlásánál nem volt képes kiválasztani a legolcsóbb terméket. Mindössze 58 százalékuk értelmezte helyesen egy ételismiszer összetevőinek listáját, 18 százalékuk pedig nem tudta, melyik a termék szavatossági ideje. A fogyasztóknak csupán 2 százaléka azonosított helyesen öt közismert tájékoztató emblémát; 33 százalékuk úgy vélte, hogy a CE-jelölés európai gyártási helyre utal, és csak 25 százalékuk tudta, hogy az valójában az uniós előírásoknak megfelelő terméket jelöl. Sokuk egyetlen, a saját országában működő fogyasztóvédelmi szervezetet sem tudott megnevezni.

A fogyasztók többsége nem volt tisztában alapvető jogaival, például azzal, hogy egy meghibásodott termék a vásárlást követő 18 hónapon belül javítható vagy kicserélhető, illetve az ára visszaigényelhető, hogy a fogyasztói döntés megváltoztatása vagy kedvezőbb ajánlat esetén egy online pénzügyi szolgáltatásról szóló szerződés 14 napon belül felmondható, valamint hogy a házaló ügynökkel kötött szerződéstől is hasonlóképpen el lehet állni. A magyarországi adatok alapján készült ábrák elérhetők itt, a teljes tanulmány letölthető innen. Szakonyi Balázs

http://www.marketinginfo.hu/tanulmanyok/essay.php?id=2958&referer_id=rss

(Marketinginfo, 2011. április 20., szerda)

Személyes adatokat veszélyeztet a net

Az internet térnyerésével egyidejűleg több, a meglévő emberi kapcsolatok ápolására és új ismeretségek kötésére alkalmas kommunikációs csatorna nyílt meg, azonban ezzel együtt jár sajnálatos módon a visszaélések számának növekedése is - adta közzé a Fogyasztóvédelmi Egyesületek Országos Szövetsége (Feosz).

Sok fogyasztó számol be ugyanis panaszában arról, hogy valamilyen atrocitás érte, érdemes tehát fenntartással kezelni az egyre népszerűbb közösségi portálokat.

A Fogyasztóvédelmi Egyesületek Országos Szövetségéhez beérkezett panaszokból kiderül, hogy a közösségi oldalakkal kapcsolatban a fogyasztói tudatosságot javítani kell. Sokan ugyanis nem gondolnak bele annak következményeibe, hogy az általuk megosztott képeket és információkat bárki láthatja, olvashatja és azokat nem egyszer elítélendő célokra használják fel.

Ráadásul a felhasználó által publikussá tett személyes adatok szinte egy kattintással megszerezhetőek, amelyek későbbi felhasználását már nem tudjuk nyomon követni. Könnyen sérülhetnek a fogyasztók személyhez fűződő jogai, így például a jóhírnévhez fűződő jog, valamint elképzelhető, hogy közzétett képeinkkel egyéb módon is visszaélnek. Ennek bekövetkezése esetén polgári peres eljárást indítható a személyhez fűződő jogaink megsértése miatt. Rágalmazás vagy becsületsértés esetén pedig az elkövető büntetőjogi szankciókkal is számolhat.

„További veszélyeket rejt, ha nem járunk el fokozott körültekintéssel az egyes kéretlen közüzenetek kapcsán. Ezek ugyanis jobbra valótlán információkat tartalmaznak, sőt, gyakori, hogy annak feladója egy számítógépes bűnöző, akinek az egyetlen célja csupán bankszámla adataink megszerzése és anyagi haszon szerzése a fogyasztók kárára. Mindezek miatt rendkívül fontos a megelőzés, ezzel az, hogy a magunkról megadott információk körét mindig a lehető legminimálisabbra szűkítsük. Kerüljük az olyan adatok közzétételét, amely azonosíthatóvá teszi személyünket, így például telefonszámunkat és e-mail címünket ne tegyük közzé, ugyanígy figyelni kell arra, hogy lakcímünket vagy korábbi iskoláinkat ne nevezzük meg. Sohase közöljünk a már említettek miatt ránk vonatkozó pénzügyi adatokat” - tartalmazza a felhívás.

A Feosz szerint az is meggondolandó, hogy milyen képeket teszünk publikussá, hozzászólásaink és véleményünk tartalmát pedig annak tudatában formáljuk, hogy az bármikor nyilvánosságra kerülhet. Sosem lehet tudni ugyanis, hogy azokat hol látjuk viszont, ez pedig kihatással lehet személyünk mások általi megítélésére. Végül azt sem szabad elfelejteni, hogy a technika vívmányait kihasználva az egyes munkáltatók humán erőforrás specialistái gyakorta tudakozódnak előzetesen az állásra jelentkezőről, annak közösségi oldalát felkutatva.

<http://www.btl.hu/files/ac180e6d122bee136e0a5424f35d5862-2227.php#unique-entry-id-2227>

(btl.hu, 2011. április 20., szerda)

Élesen kikelt a Kotányi a gyanúsítás ellen

A Kotányi Hungária Kft. visszautasítja a termékei minőségével kapcsolatban megjelent, Szlovákiai Fogyasztók Szövetsége által bemutatott valótlán állításokat. A hatósági jogkörrel nem rendelkező civil szervezet egy általa készített tanulmány adatait, azokat tévesen értelmezve, megtévesztően mutatta be a nyilvánosságnak. A Kotányi a hatályos törvényi előírásokon jóval túlmutató minőségbiztosítási rendszert alkalmaz, mellyel garantálja, hogy csak kiváló, azonos minőségű terméket juttat el mind a közel 20 országba, ahol képviselteti magát - olvasható a Kotányi közleményében.

"A legmagasabb minőségi normák betartását és a különböző országokban forgalmazott termékek minőségének teljes azonosságát igazolják az elvégzett kutatás frissen megismert konkrét eredményei is: a Kotányi minden megvizsgált feketebors és pirospaprika terméke megfelel az érvényes szigorú minőségi szabványoknak és a jogi előírásoknak - sőt a minőséget leginkább meghatározó paramétereit a vizsgálat még jelentősen jobbnak is találta a határértékeknél. Ezt a Szlovákiai Fogyasztók Szövetsége is megerősítette. Valamennyi pirospaprika-minta színanyag-tartalma az elvárt, a piacon szokásos minőségi kategóriáknál magasabb volt valamennyi országban. Ezt támasztja alá, a magyar Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság 2011. márciusban elvégzett minőségi tesztje is. A magyar vizsgálat megállapította, hogy a Kotányi édesnemes paprikái kiváló minőségűek, a minőségi osztályba sorolás alapját képező színanyag tekintetében jóval meghaladják a kötelezően előírtakat.

A civil egyesület sajtókonferenciáján egyszerűen hamis és alaptalan információkat közölt hozzáértés nélkülöző módon, például alapvető minőségi kategóriákat - édesnemes paprika és rózsapaprika - összekeverve, valamint az egyes országok érvényes jogi előírásait sem vették figyelembe. Emiatt a Szlovákiai Fogyasztók Szövetsége hatósági kontroll nélküli, teljesen hibás következtetéseket továbbított a széles nyilvánosságnak

A Szlovákiai Fogyasztók Szövetsége által elvégzett minőségellenőrzés a Kotányi álláspontja szerint nem volt szakszerű, ezért az ügy tisztázásának érdekében a Kotányi International felvette a kapcsolatot a szlovák és a magyar fogyasztóvédelmi hatósággal, valamint jogi lépéseket fontolgat a vállalat termékeit ért rágalom miatt"- zárul a Kotányi közleménye. Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság legfrissebb, a témában született tanulmánya ide kattintva olvasható.

(Forrás: Munkatársunktól)

http://www.tozsdeforum.hu/i/c-elesen+kikelt+a+kotanyi+a+gyanusitas+ellen-menu-cimlap-submenu-onearticle-news_id-425822-red-rss.html

(Tőzsdefórum, 2011. április 20., szerda)

Dagad a kelet-európai élelmiszerbotrány

Az Európai Unióhoz fordul a bolgár mezőgazdasági miniszter, hogy vizsgálják ki, vajon igaz-e, hogy a kelet-európai országokba rosszabb minőségű árukat szállít néhány nagy élelmiszerkonzern. A miniszter az Európai Élelmiszer-biztonsági Hivatalhoz is elküldte a panaszát. Miroslav Nadenov a sajtónak azt mondta: teljesen abnormálisnak találta, ha a vádak beigazolódnának, és kiderülne, hogy a kelet-európaiak másodosztályú kuncaftok a nemzetközi cégek számára. Az ügyet egy szlovák felmérés nyilvánosságra hozatala indította el napokkal ezelőtt. Az ottani Fogyasztásvédelmi Szövetség azt állította, bizonyítékaik vannak arra, hogy néhány nemzetközi élelmiszer-ipari gigász a nyugat-európai piacokra szánt termékeitől eltérő összetételű silányabb árukat ad el Kelet-Európában, Szlovákia mellett Csehországban, Lengyelországban, Bulgáriában és Magyarországon. Az áruikat már eleve annak megfelelően, másképpen gyártják le, hogy melyik országba szánják. A kifogásolt áruk között olyan cégek termékei voltak, mint a Coca-Cola, a Kotányi paprikája és bors, a Nescafé Gold, Jacobs Kronung és a Tchibo Espresso. Nadenov azt nyilatkozta a sajtónak, ha a vádak beigazolódnak, akkor nem csak az európai intézményektől várnak beavatkozást, de kormánya bírósághoz fordul és eljárást kezdeményez az érintett cégek ellen. A panaszokat és a szlovák felmérés eredményét május 16-17-én az EU mezőgazdasági bizottsága is napirendjére tűzte. A bolgár miniszter meghívta hazájába az Európai Élelmiszer-biztonsági Hivatal szakembereit, hogy a helyszínen győződjenek meg a vádak valóságtartalmáról még május elején, a mezőgazdasági bizottság ülése előtt.

(Népszava, 2011. április 22., péntek, 5. oldal)

Halálfejes homokozóvödör miatt tettek panaszt a fogyasztóvédelemnél

A fekete játékvödrön a jól ismert halálszimbólum, egy hatalmas, fehér koponya látható lábszárcsontokkal.

Halálfejes homokozóvödör miatt tett panaszt egy szolnoki apa a fogyasztóvédelemnél. A férfi csak azért vásárolt a játékból, hogy azt elvigye a fogyasztóvédelmi felügyelőséghez - írta a szoljon.hu nyomán a Hír24. A fekete játékvödrön a jól ismert halálszimbólum, egy hatalmas, fehér koponya látható lábszárcsontokkal.

A Jász-Nagykun-Szolnok megyei kormányhivatal fogyasztóvédelmi felügyelősége továbbította a panaszt a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóságnak. Egyelőre Magyarországon jelenleg nincs olyan hatályos jogszabály, amely kitérne a gyermekjátékok esetében mentális, lelki károsodást okozó kockázatokra vagy azok hatásaira - írja a szoljon.hu

http://hvg.hu/itthon/20110421_homokozovodor_fogyasztovedelem#rss

(HVG.hu, 2011. április 21., csütörtök)

Gyengébb minőségű élelmiszert hoznak a multik Magyarországra?

Az euractiv.hu értesülései szerint Miroslav Naydenov bolgár földművelésügyi és élelmiszerügyi miniszter szerdén bejelentette, hogy Bulgária hivatalosan felkéri az Európai Bizottságot, hogy állapítsa meg, hogy a multinacionális vállalatok a nyugat-európaihoz képest valóban rosszabb minőségű élelmiszereket szállítanak-e az új EU tagállamokba.

Naydenov a Bizottsághoz és az Európai Élelmiszer-biztonsági Hatósághoz (EFSA) fordul a Szlovákiában feltárt eset kapcsán (EurActiv.com 14/04/2011), mely szerint a multinacionális vállalatok különböző minőségű élelmiszereket szállítanak az egyes EU tagállamokba -olvasható a euractiv.hu-n.

Az élelmiszerügyi miniszter szerint abnormális lenne, ha kettős mércét alkalmaznának az EU-ban értékesített élelmiszeripari termékek esetén, és ha valóban minőségbeli eltérés jelentkezne a tagállamok között.

Naydenov azután tette meg bejelentését, hogy a szlovák kutatásban említett cégek képviselőivel találkozott, akik spekulatívnak nevezték a bemutatott eredményeket. Naydenov közölte, hogy az EU megfelelő hatóságait fogja felkérni döntőbírónak. A miniszter kijelentette, hogy amennyiben Bulgáriát valóban másodrangú tagállamként kezelték, akkor jogi útra fogja terelni a kérdést. Az országban forgalmazott termékeket mélyreható minőségi vizsgálatnak fogják alávetni.

Az élelmiszerek minőségével kapcsolatos vita a szlovák fogyasztóvédelmi hatóság által végzett kutatás nyomán tört ki, amely a multinacionális vállalatok által egyes országokba szállított élelmiszerek minőségét vizsgálta. A Németországba, Ausztriába, Csehországba, Lengyelországba, Szlovákiába, Magyarországra, Romániába és Bulgáriába szállított és bevizsgált termékek közül egyedül a Milka csokoládé minősége bizonyult azonos színvonalúnak. A vizsgált termékek között voltak a Coca-Cola üdítőitalai, a Kotányi bors és pirospaprika, Nescafé Gold instant kávé, Jacobs Kronung szemes kávé és a Tchibo Espresso kávé.

A gyártók szerint termékeik minősége nem tér el országonként, de a receptek a fogyasztói igényeknek megfelelően különbözőek lehetnek. Néhányan beismerték, hogy Kelet-Európában olcsóbb alapanyagokból dolgoznak, de állításuk szerint ez nem befolyásolja az ízt és a minőséget.

http://hvg.hu/gazdasag/20110421_gyengebb_minoseg_elelmiszer_magyarorszag#rss

(HVG.hu, 2011. április 21., csütörtök)