

## Sajtószemle

2011. 20. hét

### **Új szabályok készülnek a mézre?**

Az unió bizottságai most tárgyalják újra a méz kérdést és ezen belül az antibiotikum-szermaradványok problematikáját is - mondta a közszolgálati televízió reggeli műsorában Kardeván Endre, a Vidékfejlesztési Minisztérium élelmiszerlánc- felügyeletért és agrárigazgatásért felelős államtitkára. Vagyis - tette hozzá - készülnek valamiféle változtatásra, de ennek tartalmáról még nem lehet pontosat tudni, s egyébként is 2012 közepe előtt nem várható változtatás. (D. Z.)

(Magyar Nemzet, 2011. május 14., szombat, 11. oldal)

### **Dagad a toxinbotrány**

Sűrűbb vizsgálatokat ígér a jövőben a szakhatóság

**A Gabonaszövetség a külföldi gabonára mutogat a Figyelő hetilap által kiobbantott toxinbotrány ügyében, míg a Mezőgazdasági Szakigazgatási Hivatal megbízott elnöke bejelentette: a hatóság sűrűbben vizsgálja a toxinok jelenlétét a gabonartartalmú élelmiszerekben. Júliusra elkészül az új fogyasztóvédelmi stratégia.**

Dénes Zoltán

Külföldről kerülhetett Magyarországra fertőzött gabona vagy liszt - legalábbis ez derül ki a Gabonatermesztők Országos Szövetsége elnökének szavaiból. Vancsura József a Figyelő e heti számának címlapcikkére reagált a távirati irodának. A hetilap cikke szerint a hatóságok agyonhallgatják, hogy a tavalyi gabonából örölt liszt fuzáriumgombából származó méreganyaggal szennyezett. Az MTI-nek nyilatkozó Vancsura József szerint a termelőnek alapvető érdeke, hogy egészséges alapanyagot állítson elő, vagyis hogy ne mérgezze az embereket. Felhívta a figyelmet a nyomkövethetőségi rendszerre, amelynek éppen az az értelme, hogy pontosan tudni lehessen, honnan származik az esetlegesen fertőzött áru. Magyarországon - jelezte - gyakorlatilag nincs olyan malom, amely ne tudná a gabonát saját maga is megvizsgálni. A malom az őrlést követően kiadja a pékeknek a minőségi bizonyítványt. Vagyis - tette hozzá - a pék csak akkor készíthet kenyeret a lisztből, ha a minőségi bizonyítvány már a kezében van. A GOSZ elnöke ugyanakkor jelezte, hogy Magyarországon nemcsak hazai alapanyagokból készülhet kenyér, hanem külföldiekből is, hiszen az országba szinte minden irányból érkezik búza és a liszt is. A Figyelő cikkében nevesített Spar felszólította a kifogásolt lisztet előállító Pannonmill céget, hogy nyilatkozzon a szállított liszt minőségéről. A Pannonmill szerint áruja kifogástalan. Bognár Lajos, a Mezőgazdasági Szakigazgatási Hivatal megbízott elnöke a történetekre reagálva bejelentette: a megnövekedett kockázat miatt a hatóság sűrűbben vizsgálja majd a toxinok jelenlétét a gabonartartalmú élelmiszerekben. Közben Pintér István, a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság

főigazgatója egy nyíregyházi sajtótájékoztatón arról számolt be, hogy július végére elkészülhet az új fogyasztóvédelmi stratégia. Közlése szerint a koncepció legfontosabb feladata a fogyasztók egészségének és jogainak, illetve a gazdasági érdekek védelme. Hazánkban tavaly 275 veszélyes termék forgalmazását tiltották meg, s az ország az unión belül az első háromban végzett a veszélyes termékriasztásokat illetően.

(Magyar Nemzet, 2011. május 14., szombat, 13. oldal)

## **Más minőség jár a keletinek, mint a nyugatinak?**

Minden általunk megkérdezett multicégnek van "kész" magyarázata arra, hogy miért tesznek más minőségű élelmiszert a Kelet-Európába szánt termékeikbe, mint a nyugati országokba szállított, ugyanolyan csomagolású cikkekbe. A Nescafé például a bolgár ízlést vette figyelembe, amikor más kávé-t szállított oda. A Coca-Cola pedig éppen Keleten árulja az amerikai típusú, folyékony glükózzal édesített kólát, míg szegény nyugatiaknak csak répacukor jut. Morvay György, az Országos Fogyasztóvédelmi Egyesület elnöke szerint köztudomású, hogy a multiknál háromféle minőség létezik azonos köntösben.

**Három minőségi kategória szerint gyártják és forgalmazzák az azonos márkájú és csomagolású termékeiket a multinacionális vállalatok Európában. Ezt a kijelentést erősíti meg az a szlovák fogyasztóvédők által végzett termék-összehasonlító teszt is, amelynek eredménye kimutatta: a multik silányabb termékekkel árasztják el Kelet-Közép-Európát.**

A Szlovák Fogyasztók Szövetsége nemrég az Európai Bizottság pozsonyi képviselőjének támogatásával nyolc uniós tagállam azonos márkájú és csomagolású termékeinek minőségét hasonlította össze – olvasható a Magyar Nemzet tegnapi számában.

A vizsgálat alapjául az az eddig szóbeszéd tárgyát képező vélekedés szolgált, miszerint egyes multinacionális vállalatok – a nyugati országokhoz viszonyítva – silányabb minőségű árut forgalmazznak Európa egyes térségeiben. A teszt eredménye magáért beszél: a vizsgált nyolc ország közül négy esetében – Szlovákiában, Romániában, Bulgáriában és Magyarországon – eltérés mutatkozott a termékek összetevőiben és azok minőségében is.

A Pravda című pozsonyi napilap információi szerint az összehasonlított hét termék közül csupán egy, a Milka Alpenmilch csokoládé mutatott minimális eltérést nyugati „társaihoz” képest, míg az országonként önállóan előállított Coca-Coláról kiderült: cukor helyett folyékony glükózt használnak édesítésére Európa keleti részén. Pogány Éda, a Coca-Cola Magyarország kommunikációs igazgatója lapunknak elmondta: országonként különböző édesítőszerrel használnak ugyan, de ennek nincs hatása a minőségre, mivel a kóla őshazájában, Amerikában is glükózzal édesítik az italt.

A Nescafé Gold márkanévű kávé színe az osztrákoknál szembetűnően világosabb volt, mint Bulgáriában, s szakértők szerint ízében sem volt egyforma a két „fekete”. A Nestlé sajtóosztálya lapunkkal közölte: kutatásaik alapján a helyi ízlés országonként eltérő, ezért a receptúra és a kávé pörkölése is a fogyasztók ízléséhez igazodik.

A legnagyobb minőségbeli különbség azonban a Kotányi szemes fekete borsában mutatkozott. Az egyforma csomagolású fűszernél tizenhét és huszonnégy gramm borsal volt kevesebb a Magyarországon, illetve Szlovákiában forgalmazott csomagban, mint az

Ausztriában megvásárolható termékekben. A Bulgáriában árusított fűszerben pedig az összsúly mintegy tíz százalékát törmelék helyettesítette. A Kotányi lapunkhoz eljuttatott közleményében tiltakozik a vállalatot ért kritika ellen, mivel véleménye szerint a szövetség tévesen értelmezte a tanulmány eredményeit, valamint megtévesztően tájékoztatott azokról.

Morvay György, az Országos Fogyasztóvédelmi Egyesület elnöke lapunk kérdésére elmondta: a nemrég nyilvánosságra hozott teszt eredménye csak megerősítette azt a nem hivatalos háttérinformációt, miszerint a multinacionális cégek három minőségi kategória alapján gyártják és forgalmazzák termékeiket. „Hasonló tanulmány hazánkban még nem készült, azonban saját tapasztalatom – és nem hivatalos információim – alapján elmondhatom: a multinacionális vállalatok három kategóriában forgalmazzák termékeiket” – jelentette ki Morvay György. Szerinte az első, prémium kategóriába a tehetősebb államok kerültek, a második kategória az újonnan csatlakozott uniós tagoké, a legsilányabb minőség pedig a szegény és fejlődő országoknak jut.

Köpöncei Csilla

[http://www.magyarhirlap.hu/gazdasag/mas\\_minoseg\\_jar\\_a\\_keletinek\\_mint\\_a\\_nyugatinak.html](http://www.magyarhirlap.hu/gazdasag/mas_minoseg_jar_a_keletinek_mint_a_nyugatinak.html)

(magyarhirlap.hu, 2011. május 13., péntek)

## **A gyermekek alakítják a fogyasztói társadalmat**

Csere Zsuzsa

### **A fiatalok nagymértékben befolyásolják szüleik fogyasztási szokásait.**

Az Y generáció a fogyasztói társadalom alakítója és húzórétege lett. Tökéletesen eligazodva a legújabb trendek között egyre nagyobb hatással vannak a társadalomra, a politikára és az üzleti életre. Amellett, hogy egyre növekvő vásárlóerővel bírnak, a szüleik fogyasztási szokásait is nagymértékben befolyásolják. Ezt felismerve a Közép-Magyarországi Fogyasztóvédelmi Egyesület és a Fogyasztóvédők Országos Egyesülete fogyasztóvédelmi kampánnyal segíti a fiatalok tudatos fogyasztóvá válását.

Az „ezredfordulós” generációnak is nevezett fiatalok jelentősen különböznek az őket megelőző generációktól. Magabiztosak a világ dolgaiban, hiszen sokat interneteznek és emiatt tájékozottak is. Szeretnek vásárolni, pénzt költeni. Szívesen próbálnak ki új dolgokat. Életükben nagy szerepe van a márkának és a megjelenésnek, kiemelten meghatározó számukra a kortársak, barátok véleménye.

A 14 és 30 év közöttiek egyre fontosabbá válnak a piacon. Egyre több szülő számára tini és fiatal húszas éveiben járó gyermekeik véleménye és visszajelzése a legfontosabb. A családi vásárlásokkor és az azt megelőző döntéseknél erős befolyásoló szerepük van.

Mivel ezek a fiatalok egyre nagyobb vásárlóerővel bírnak, nagyon fontos, hogy fogyasztási szokásaikat tudatosan alakítsák. A Közép-Magyarországi Fogyasztóvédelmi Egyesület és a Fogyasztóvédők Országos Egyesülete országos fogyasztóvédelmi vetélkedőt indított iskolások körében, melynek célja a 12-16 éves gyermekek tudatos fogyasztói magatartásának kialakítása volt. A kezdeményezéshez csatlakozott a piacvezető napi fogyasztási márkákat képviselő Magyar Márkaszövetség is, szakmai támogatást nyújtva például a márkahamisítás elleni küzdelem témakörében. A Fogyasztóvédelmi verseny döntőjébe 235 csapatból két korosztályban 14 három főből álló csoport jutott. A legkiválóbbak 2011. május 12-13.-án Budapesten játékos formában mérték össze tudásukat. A vetélkedő a vásárlás, élelmiszerek,

internet, zsebpénz használat, egészség és reklám, a jóállás és szavatosság, utazás, márkák, reklám és pénzügyek témakörét foglalta magába.

Dr. Horváth György, a Fogyasztóvédők Országos Egyesületének elnöke a vetélkedő megnyitóján elmondta: „Régóta valljuk, hogy a fiatalok oktatása a leghatékonyabb módszer arra, hogy minél többen váljanak jogaikat és kötelezettségeiket ismerő tudatos fogyasztókká. Kampányunkkal olyan ismeretek megszerzésére ösztönöztük a diákokat, amelynek birtokában képesek tudatos fogyasztói döntéseket hozni, amelyek megfelelő információkon alapulnak, a termékek, szolgáltatások kiválasztása során ezeket megfelelően értékelik, és élnek az őket megillető vásárlói jogokkal.”

[http://www.demokrata.hu/cikk/a\\_gyermekek\\_alakitjak\\_a\\_fogyasztói\\_társadalmat/](http://www.demokrata.hu/cikk/a_gyermekek_alakitjak_a_fogyasztói_társadalmat/)

(demokrata.hu, 2011. május 13., péntek)

## **Július közepére készül el az új fogyasztóvédelmi stratégia**

**A tervek szerint július közepére készül el az új fogyasztóvédelmi stratégia, amely mellett, hogy egyszerűbb és letisztultabb jogszabályi háttérrel teremt, a jogsértések megelőzésére helyezi a hangsúlyt - jelentette ki Pintér István, a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság főigazgatója sajtótájékoztatón pénteken Nyíregyházán.**

Közlése szerint a koncepció legfontosabb feladata a fogyasztók egészségének és jogainak, illetve a gazdasági érdekek védelme. A feltárt súlyos, ismételt és szándékos jogsértésekkel szemben továbbra is a szankció erejével lép fel a hatóság, de az elsődleges feladat a megelőzés lesz. Pintér István hozzátette: ennek eszköze a már bevezetett pozitív lista lesz, amely a fogyasztóvédelmi szempontból kifogástalan partnereket, vállalkozásokat gyűjti össze. "A pozitív dolgokért való küzdelem sokkal előremutatóbb, mint a negatív dolgoktól való félelem" - mutatott rá a főigazgató.

Ez a lista egyébként "előszobája" a tervek szerint 2012-2013 között bevezetendő fogyasztóbarát emblémának. Fontos volt egy olyan éves vizsgálati munkatervet letenni az asztalra, ami a fogyasztóvédelem területén található hiányosságokat tárja fel, illetve azt, hogy hol magasabb a kifogásolási arány - jegyezte meg. A programban emellett külön figyelmet fordítanak a fogyasztók széles rétegét érintő áruházláncok és bevásárlóközpontok, közüzemi szolgáltatások, az utazással egybekötött termékértékesítés és az elektronikus kereskedelem vizsgálatára. Utóbbiban mintegy 90 százalék feletti volt a kifogásolási arányszám - tette hozzá a fogyasztóvédelmi hatóság vezetője.

Az uniós fogyasztóvédelmi információs rendszerre közel 2.000 hibás termék leírását töltötte fel a 27 tagállam 2010-ben. Magyarországon 275 veszélyes termék forgalmazását tiltották meg, s az ország az első háromban végzett a veszélyes termékriasztást illetően - összegezte Pintér István. Hozzátette: ebben az évben már 450 megkeresés érkezett, amely európai és hazai jogszabályokkal kapcsolatos panaszbeadvány. Vinnai Győző megyei kormány megbízott a tájékoztató elmondta: Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében eddig 12 vállalkozás került fel a pozitív listára, s további hatot vizsgálnak éppen.

(MTI)

<http://profitline.hu/hircentrum/hir/231004/Julius-kozepere-keszul-el-az-uj-fogyasztovedelmi-strategia>

(profitline.hu, 2011. május 13., péntek)

## **Becsapták a termékbemutatón: nyolcszoros árat fizetett**

Kecskeméti olvasónk termékbemutatón vásárolt masszázságyat 390 ezer forintért. Három héttel később egy helyi áruházban ugyanazt a terméket látta ötvenezer forintért.

Nyilvánvaló, hogy becsapták, hová fordulhat segítségért? - érdeklődött az idős férfi szerkesztőségünknel.

Ahogy az internetes vásárlásra, úgy a termékbemutatókon történt vásárlás, szerződéskötésre is igaz, hogy a vevő a terméket a kézhezvételtől számított 8 napon belül indoklás nélkül visszaadhatja, és az árat vissza kell kapnia. A vételi szerződésben tájékoztatni kell a vásárlót annak a vállalkozásnak a nevééről és címéről, ahol a vevő elállási jogát gyakorolhatja. Jelen esetben azonban lejárt ez a határidő, így elállási jogával már nem élhet az érintett.

Az Országos Fogyasztóvédelmi Egyesület kecskeméti szervezetének irodavezetője, Tóth Ferenc azt tanácsolja, hogy az olvasó keresse meg azokat, akiket hasonló módon megkárosítottak, és tegyenek csoportos feljelentést a rendőrségen. Feljelentésükben hivatkozhatnak arra, hogy a tényleges vételár többszöröséért adták el nekik a termékeket.

Hasonlóra esetekre sajnos az ország más részein is volt már példa. Februárban ugyancsak idős embereket csaptak be házalók Siófokon, akik orvosi ajánlásra hivatkozva matracokat, masszázságyat adtak el százezer, illetve 300 ezer forintért. Ugyanezen termékek a kereskedelmi forgalomban néhány ezer forintért voltak megvásárolhatók. A siófoki rendőrökhöz több feljelentés is érkezett, nyomoznak az ügyben.

A Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság kiemelt figyelmet fordít a termékbemutatókra. Tavalyelőtt 7 hónapon át vizsgálták próbavásárlással illetve az általános szerződési feltételek elemzésével a kereskedőket. A vizsgálat lesújtó eredménnyel zárult: a kifogásolási arány 84 százalék volt, vagyis tízből nyolc helyen találtak problémát. Gyakran előfordult például, hogy az eladásra kínált termék jó minőségű volt, csak a boltban sokkal olcsóbb, mint a termékbemutatón.

<http://www.baon.hu/cikk/377094>

(baon.hu, 2011. május 14., szombat)

## **A lejárt terméket is eladták, zsinórban buktak a kereskedők**

Harsányi Miklós

**Nem tüntették fel megfelelően az árat a kereskedők, máskor lejárt terméket próbáltak a vevőkre rásózni. A fogyasztóvédelmi felügyelőség munkatársai a héten tíz ellenőrzést folytattak le a somogyi barkács- és sportszer üzletekben, s hat eljárást indítottak el.**

Az egységár-, és az eladási ár feltüntetésének hiánya, illetve a próbavásárlások során a nyugtaadási kötelezettség elmulasztása tartozott a jellemző hiányosságok közé - derült ki a megyei kormányhivatal fogyasztóvédelmi felügyelőségének tájékoztatójából.

- A játszótéri eszközök vizsgálatakor négy ellenőrzés tartott a hatóság - tudtuk meg. - Az egyik vizsgált eszköznel az ütécscillapító talajnak nem tudták bemutatni a megfelelőségi tanúsítványát.

Három, cement és zsákos kiserelésű építőanyagot forgalmazó céget is felkerestek a revizorok. Mindegyik helyen kiderült, hogy lejárt felhasználhatósági idejű terméket is

forgalmaztak. Hivatalból közigazgatási hatósági eljárás indult az üzemeltetőkkel szemben. A helyi vendéglátó és élelmiszer üzletek vizsgálatakor öt egységet néztek meg: egyszer vásárlói megkárosítás miatt kezdeményeztek eljárást. Kétszer pedig azért vonták felelősségre a vállalkozót, mivel nem hozzáférhető helyen tárolta a vásárlók könyvét, illetve az ár-, egységár feltüntetésével adódtak problémák.

A gazdasági reklámtevékenység vizsgálata keretében két ellenőrzést folytattak le. Ebben az esetben is az egységár feltüntetésének elmaradása, illetve a reklámot közzé tévő adatai feltüntetésének elmulasztása miatt került sor.

<http://sonline.hu/cikk/377140>

(sonline.hu, 2011. május 14., szombat)

## **Már a tudatos fiatal fogyasztók is kaphatnak tanácsokat**

Új fogyasztói tanácsadó irodát nyit a Fogyasztóvédelmi Egyesületek Országos Szövetsége Egerben 2010. augusztus elsején.

A tudatos fogyasztó nem csak fogyasztói jogaival van tisztában, hanem már vásárlás előtt mérlegel az áru tulajdonságai, minősége, vételára, valamint a piacon található hasonló áruk ár-érték arányának összehasonlításával. A Fogyasztóvédelmi Egyesületek Országos Szövetsége (FEOSZ) többek közt ezt kívánja elősegíteni kezdeményezésével, megkeresve az ország több felsőoktatási intézményét, augusztustól elsősorban - de nem kizárólagosan - a hallgatók részére nyújtanak tanácsadást az Eszterházy Károly Főiskolán.

A hallgatók napjainkban, különösen az információs társadalom bővülésével számos új típusú jogviszonnyal, szerződéssel találkozhatnak, mellyel kapcsolatosan nem tudnak mindig eligazodni. A fiatalok életében szerepet kapnak a telekommunikációs szerződések, a hitelszerződések, a különböző web-áruházak kapcsán a távollévők között kötött szerződések szabályai, valamint érinti őket a szavatosság és jótállás jogi szabályozásának kérdése is, legyen szó akár ruházati cikkek, akár elektronikus berendezések használatával kapcsolatban felmerült jogvitáról - vallja a szövetség. A szervezet kiemelten fontosnak tartja a fiatalok oktatását annak érdekében, hogy belőlük is tudatos fogyasztók váljanak, valamint később, családalapításukkor átadják gyermekeiknek a tudást, mely hasznos lehet a mindennapi élet során.

A FEOSZ szakértője az Eszterházy Károly Főiskola "D" épületének I. tárgyalójában várja a hallgatók kérdéseit minden kedden és csütörtökön délelőtt 9 és 12 óra között, de e-mailben is lehet tanácsot kérni az [egeriroda@feosz.hu](mailto:egeriroda@feosz.hu) címen.

[http://csrhirlevel.hu/hu/2010\\_08\\_10/tudatos/csrithon.html](http://csrhirlevel.hu/hu/2010_08_10/tudatos/csrithon.html)

(csrhirlevel.hu, 2011. május 15., vasárnap)

## **Országos sulitót indított a fogyasztóvédelem**

A 2010. november 8-tól 2011. május 15-ig tartó kampányt a Közép-Magyarországi Fogyasztóvédelmi Egyesület, a Fogyasztóvédők Országos Egyesülete és a Fogyasztóvédelmi Egyesületek Országos Szövetsége szervezi.

A fogyasztóvédők fontosnak tartják a fiatalok fogyasztói ismereteinek bővítését, fejlesztését. Mindezt a gyermekek oktatásán keresztül szeretnék elérni, megismertetve velük a

fogyasztóvédelem legfontosabb területeit, hogy vásárlásaik, szerződéskötéseik, problémáik megoldása során tudatos fogyasztóként lépjenek fel, ismerve jogaikat, illetve azok érvényesítésének módjait - áll a szervezetek közös közleményében.

A kampány során az egyes iskolák 3-3 fős csapatai - előzetes regisztráció révén - egy 13+1 kérdésből álló elektronikus totó kitöltésével vehetnek részt a versenyben. A 12-14 évesek témája a vásárlás, élelmiszerek, internet, zsebpénz használat, egészség és reklám. A 14-16 évesek a jótállás és szavatosság, internet, utazás, márkák, reklám és pénzügyek témakörében versenyeznek.

Minden hónap 15-ig a kampányszervezők megjelenítik az elektronikus totót a partnerszervezet honlapján, melynek megoldására két hetük van a csapatoknak. Ezt követően, a kiértékelés után megkapják két héten belül a megoldásokat, az eredményeket, valamint az előző totóra vonatkozó fogyasztóvédelmi tájékoztatót is a csapatok. A kampány végén, előreláthatólag 2011. május 12. és 13-án kerül sor a döntőre a 12-14 és a 14-16 éves korosztály számára, a hat-hat legjobb csapat között mindkét korosztálynál (3-3 fős csapatok).

A totóban Magyarország általános és középiskoláinak 12-14 éves (általános iskola 7-8. évfolyam) és 14-16 éves (középiskola, 9-10. évfolyam) korosztálya vehet részt, regisztrálni a [www.feosz.hu](http://www.feosz.hu) honlapon lehet.

<http://csrhirlevel.hu/hu/2010-11-10/sulitoto/egyebcsr.html>

(csrhirlevel.hu, 2011. május 15., vasárnap)

## **Interjú Pogány Édával, a Coca-Cola Magyarország kommunikációs igazgatójával**

A Coca-Cola Magyarország a felelős vállalatok közösségének tagjaként maga is példamutató és élenjáró a hazai vállalatok között a vállalati felelősségvállalás terén. Pogány Éda, a Coca-Cola Magyarország kommunikációs igazgatója osztja meg velünk gondolatait a cég társadalmi felelősségvállalásáról, a legfrissebb irányokról, tervekről és a személyes tapasztalatairól.

Melyek a vállalat legfontosabb céljai a CSR terén?

A vállalati CSR stratégiánkban 5 kiemelt területet különböztetünk meg, minden területnek saját célkitűzésesei vannak. A felelős vállalati magatartás alapkövetelményei – a jogszabályi előírások, az etikai kódexben foglaltak betartása – mellett még négy területen vállalunk szerepet a társadalmi folyamatok alakításában. CSR programjaink a felelős piaci magatartásra, a közösségekre, a környezetvédelemre és a munkahelyre koncentrálnak. Minden részterületen kidolgozott akciótervvel rendelkezünk.

Mi Ön szerint a vállalat/szektor legnagyobb kihívása a felelős vállalati működés kapcsán és milyen válaszokat adnak erre Önök?

Nagyon fontosnak tarjuk, mint termelő vállalat, hogy a gyártási, működési folyamataink során általunk okozott hatások csökkentésére programokat dolgozzunk ki. Nagyon jó példa erre a dunaharaszti telephelyünkön működő korszerű, környezetkímélő technológiára épülő CHP erőmű. Az erőmű hatékonysága kétszerese a hagyományos erőművekének, alkalmazásával 40 százalékkal csökkent a felhasznált földgáz mennyisége, az üvegház hatású gázok kibocsátása.

Mint az stratégiájukban is megmutatkozik a környezetvédelem vállalatuknál kiemelt szerepet játszik. Az említettekén kívül mit tesznek még annak érdekében, hogy a vállalat a lehető legkevesebb környezeti terheléssel működjön?

A legnagyobb környezeti terhelésünk a gyártási folyamatok során, illetve a logisztikai tevékenységünk kapcsán keletkezik. A gyártási folyamatok kapcsán beszéltem már a CHP

erőműről, szintén itt kell kitérni az általunk felhasznált vízmennyiségre is. Folyamatosan csökkentjük a termelési tevékenység során felhasznált víz mennyiségét. 2006-ban indított víztakarékossági programunk eredményeként 15 százalékkal csökkentettük az 1 liter üdítő, illetve ásványvíz előállításához felhasznált víz mennyiségét.

Az általunk kibocsátott szennyvíz kezelésére is nagy gondot fordítunk. A dunaharaszti önkormányzattal együtt korszerű, eleveniszapos biológiai szennyvíztisztítót építettünk fel, mely nemcsak a gyár területén keletkező ipari és kommunális szennyvíz, hanem a lakossági szennyvíz tisztítását is elvégzi.

Kiemelt figyelmet szentelünk gépjármű flottánk szén-dioxid kibocsátásnak csökkentésére is. Magyarországon vállalatunk alakította ki a Zöld Vezetés programot.

Miről ez a program?

Hazánkban elsőként környezettudatos gépjárművezetési programot indítottunk. A 2008-ban startolt képzés során a cég 800 személy- és teherautót használó munkatársát képeztük ki a Hungaroringen. A cél nem kevesebb, mint hogy átlagosan 5-10 százalékkal csökkenjen az üzemanyag felhasználásunk, és ezzel együtt a káros anyagok, elsősorban pedig a szén-dioxid kibocsátásunk.

Kiket tekint a cég legfontosabb érintettjeinek? Milyen a viszony ezekkel az érintetti csoportokkal, milyen témában keresték meg Öket az elmúlt években?

Minden olyan érintetti csoportot kiemelt fontossággal kezelünk, akikkel működésünk, mindennapi tevékenységünk során kapcsolatba kerülünk. Az érintetti kapcsolataink ápolására rendszeresen szervezünk érintetti párbeszédet aktuális témáink, céljaink kapcsán.

Először 2008-ban kerestük fel érintettjeinket a „Tudatos táplálkozás, aktív életmód és egészség – a választás felelőssége” téma kapcsán. A folyamat során első körben 20 érintetti szervezet véleményét térképeztük fel, a fórumon a téma szakértői, érdekképviseleti szervek, kereskedők és hatóságok – egyebek mellett az Országos Fogyasztóvédelmi Egyesület, a Házi Gyermekorvosok Országos Egyesülete, a Magyar Szabadidősport Szövetség, a TÉT Platform – ÖRT, a Földművelési és Vidékfejlesztési Minisztérium, az Országos Egészségfejlesztési Intézet, a Tesco és az Országos Élelmiszerbiztonsági és Táplálkozástudományi Intézet – képviselői osztották meg véleményüket és javaslataikat a vállalat felső vezetésével.

2009-ben folytattuk a párbeszédet a „Környezettudatos működés - biztonságot jelentő csomagolás, csomagolási hulladékok, PET palackok jövője” témájában.

Az érintetti párbeszéd folyamatosságának biztosítása mellett nagy súlyt fektetünk arra, hogy a párbeszéd kapcsán létrejött eredményekről visszajelezzünk a részt vett szervezetek, érintettek felé.

Személy szerint Önnek mi volt a legjobb élménye a felelős vállalati működés kapcsán?

Számomra nagy élmény látni azt, hogy miként alakítjuk ki cégünk CSR tudatos működését, hogyan változik a munkavállalók szemlélete, s hogyan épülnek be a mindennapi gyakorlatba a felelős és fenntartható üzletről vallott elveink.

<http://csrhirlevel.hu/hu/2010-10-04/cola/interju.html>

(csrhirlevel.hu, 2011. május 15., vasárnap)

## **Nyolcmillió bírság**

Nyolcmillió forintra bírságolta a Gazdasági Versenyhivatal a Beck Reisen Kft.-t, mert az tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott 2010 februárja és májusa között. A vállalkozás 2010-ben a fogyasztóknak egyiptomi, nílusi hajóutakról, illetve az éves Beck utazási klubtagságra vonatkozó nyereményekről adott megtévesztő tájékoztatásokat. A Beck Reisen Kft. 2010 februárja és áprilisa között több lapban megjelentetett keresztretjévennyel



kapcsolatban valótlán tájékoztatást adott a nyereségeként feltüntetett nílusi hajóút kapcsán felmerülő költségekről. 2010 áprilisában és májusában számos fogyasztónak megküldött direkt marketing levélben a címzettek arról kaptak tájékoztatást, hogy megnyertek egy nyolcnapos nílusi hajóutat, „garantáltan ingyen”, a levelekben azonban nem tettek említést a hajóút igénybevételeivel kapcsolatban felmerülő egyéb költségekről.

(Világgazdaság, 2011. május 17., kedd, 8. oldal)

## **Jót tesz a pozitív lista**

A fogyasztóvédelem munkáját is segíti a kezdeményezés

Előrelépés. Immár 450 magyarországi kis- és középvállalkozás került fel a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság (NFH) „pozitív” listájára. Ezen azok a cégek kapnak helyet, amelyeknél a vizsgálatok során semmilyen szabálytalanságot nem találtak az ellenőrök. „Ez a lista a vállalkozások szabályos működését és a fogyasztóvédelem munkáját is segíti” - közölte Pintér István, az NFH főigazgatója tegnap Salgótarjánban. Hozzátette: a jogszabályi kötelezettség alapján már régóta nyilvánosságra kell hozni a renitens vállalkozók ellen hozott határozatokat, ám a hatóság munkáját hatékonyabbá teszi, hogy nemrég megteremtették ennek ellenoldalát, vagyis kialakították a pozitív listát is. A pozitív listára három országos témavizsgálati program eredményeként kerülnek fel a vállalkozások: ezek a szavatossági jótállás, az ártájékoztatás és a nyári idegenforgalmi vizsgálatok. Olyan területekről van tehát szó, amelyekkel kapcsolatosan korábban tömegével futottak be panaszok az NFH-hoz. Az új kérelmek esetén a hatóság ellenőrzés után bocsátja ki az igazolásokat, valamint ezeket az NFH honlapján is nyilvánosságra hozzák. Fontos felismerés az a tény, hogy a kis- és középvállalkozások sokszor nem szándékosan követtek el jogsértéseket, hanem azért, mert nem ismerik a jogszabályokat - vélekedett Pintér István. Hozzátette: a készülő fogyasztóvédelmi stratégia része az is, hogy kiszámítható, világos, leegyszerűsített jogszabályi környezetet teremtsenek a vállalkozók számára. A Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság vezetője felhívta a figyelmet, hogy ősztől akkreditált fogyasztóvédelmi pedagógusképzés kezdődik, mert így már az iskolákba is bekerülnek a fogyasztói ismeretek. Pintér István arról is beszámolt, hogy az EU-tagállamokat érintő 1983 veszélyes termékből Magyarországon 275-öt tudtak kiszűrni - elsősorban gyerekjátékokat és műszaki cikkeket -, a riasztások tekintetében pedig dobogós, harmadik helyen végzett az ország. Utóbbi azt jelenti, hogy Németország 206, Bulgária 192, Magyarország pedig 191 termék riasztását kezdeményezte az európai gyorsinformációs rendszeren.

K. R.

(Világgazdaság, 2011. május 18., szerda, 2. oldal)

## **Hatékonyabbá váló panaszkezelés**

Elérhető a Pénzügyi Békéltető Testület honlapja, és júliustól már ott is rendeződhetnek az ügyek

Júliustól megkezdte működését a PSZÁF mellett tevékenykedő Pénzügyi Békéltető Testület, amelynek honlapja már elérhető. A panaszkezelés e módjának is több szabálya van.

Barát Mihály Már elérhető a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete (PSZÁF) weboldaláról a Pénzügyi Békéltető Testület (PBT) honlapja, és július elsejétől a testület előtt is rendeződhetnek a pénzügyi szolgáltatók és az ügyfelek közötti jogviták - derül ki a PSZÁF honlapján közzétett tájékoztatóból. A pénzügyi szolgáltatók és az ügyfelek közötti vitás ügyeket háromtagú tanács igyekszik a bírósági út elkerülésével rendezni: az adott ügyben eljáró tagokat a testület elnöke jelöli ki. A tanács az eljárás során egyezség létrehozását kísérli meg, ennek eredménytelenségekor pedig maga hoz döntést. A békéltető testület közbelépéséhez viszont több feltételnek is meg kell felelni. A legfontosabb, hogy a PBT-hez csak abban az esetben fordulhat - kizárólag írásban - az ügyfél, ha a konkrét ügyben már panaszt tett a pénzügyi szolgáltatónál, és azt elutasították. Másik fontos feltétel, hogy ne legyen folyamatban más - az adott ügyre vonatkozó - eljárás. Ezért a fogyasztónak a kérelemben nyilatkoznia kell arról, hogy az ügyben közvetítői eljárást vagy polgári peres eljárást nem indított. Akadnak emellett olyan ügytípusok is, amelyekre a PBT hatásköre nem terjed ki: így például nem jár el a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos ügyekben - mivel azok nem minősülnek pénzügyi szolgáltatóknak -, és a kötelező gépjármű-felelősségbiztosítási szerződéssel kapcsolatos jogvitára is csak akkor keres megoldást, ha az a biztosító és a vele szerződő ügyfél (vagyis nem a károsult) között keletkezett. A pénzügyi felügyelet adatai szerint az első negyedévben több mint 3200 fogyasztói panasz érkezett a hatóságához.

## Kik lehetnek tagok?

A deklaráltan független testület elnökét a PSZÁF szervezeti felépítésében közvetlenül a felügyelet elnökéhez sorolják be, és ő a törvényben meghatározott feladatainak végzése kapcsán nem utasítható. Az elnök és a tagok a felügyelettel köztisztviselői jogviszonyban állnak. A tagság előírt feltétele, hogy a tagok jogi vagy közgazdasági egyetemi végzettséggel rendelkezzenek.

(Világgazdaság, 2011. május 18., szerda, 15. oldal)

## **Bírságot ért Julius Caesar talizmánja**

### Hírösszefoglaló

Komoly összegű, 46 millió forintos bírságot szabott ki a Gazdasági Versenyhivatal (GVH) a csomagküldő kereskedelemmel foglalkozó Parapszichológiai Centenárium Kft.-re, mert szerintük 2008 januárja és 2010 júliusa között a cég tisztességtelen kereskedelmi gyakorlattal tévesztette meg a fogyasztókat. A GVH azt közölte a távirati irodával, hogy a vállalkozás a reklámjaiban a fogyasztók pénzügyi gondjainak megoldásához kínált segítséget, s garantált szerencsét biztosító, ingyenes ajándékokat kínált fel - köztük Julius Caesar személyes talizmánját is. Az ajándékokhoz egy kupon visszaküldésével lehetett hozzájutni, amelyen közölni kellett a fogyasztó személyes adatait. Az így megszerzett címekre személyes küldeményeket juttattak el, azt a hamis benyomás keltve, hogy a fogyasztó megnyert egy nyereményt - ami a jelzett formában nem létezett. Ahhoz ugyanis, hogy az illető ehhez hozzájusson, egy elfogadási okmányt kellett kitölteni. Ezáltal viszont automatikusan megrendelte az „ingyenes” ajándékokat több ezer forintos csomagküldési és adminisztrációs díj ellenében. Mindeközben Pintér István, a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság főigazgatója tegnap azt közölte, hogy már 450 olyan magyarországi kis- és középvállalkozás került fel az általuk kezelt pozitív listára, amelyeknél mindent rendben találtak az átfogó ellenőrzések során.

(Magyar Nemzet, 2011. május 18., szerda, 11. oldal)

## Hogy a nyaralás ne a bosszúságról szóljon

Minden bizonnyal az idei évben is különösen fontos szempont lesz egy-egy utazás ára. Ám nem szabad, hogy ez mindent felülírjon: ilyenkor talán még inkább figyelni kell a részletekre.

Jobb árakat kínálnak az utazásszervezők az előfoglalások, illetve a last minute utak esetében. Mindkét esetben figyeljünk oda, hogy az utazási szerződés tartalmazza a fizetendő teljes díjat, beleértve a szolgáltatás díján kívül a fizetendő adókat, illetékeket és egyéb kötelező terheket. A megállapított díj a későbbiekben nem emelhető, kivéve, ha a szállítási költségek vagy a fizetendő díj más összetevője, illetve a deviza forintárfolyama változik. Az árat ilyenkor is csak az utazás megkezdése előtti 20. napig változtathatják az utazásszervezők.

Az irodák kérhetnek előleget, de ez maximum a szolgáltatás díjának 40 százaléka lehet. A teljes árat az utazás megkezdése előtt 30 nappal kell kiegyenlíteni – részletezi a szabályokat a Teszt és Piac Fogyasztóvédelmi Egyesület.

Ha a szerződés lényeges feltételei módosulnak (például a díjemelés meghaladja a 8 százalékot vagy utazásra nem javasolt térséggé minősítik az úti célunkat), akkor írásban elállhatunk a szerződéstől, és ilyenkor bánatpénzt sem kell fizetni. Ugyanez vonatkozik arra az esetre is, ha az utazás megkezdése előtt 60 nappal döntünk úgy, hogy mégsem utazunk. Más esetekben az utazási irodák bánatpénz megfizetését köthetik ki, ha lemondjuk az utat. Ennek összege maximum a szolgáltatási díj 10 százaléka lehet, ha az utazás megkezdése előtt 35 napnál (szálláshely igénybevétele esetén 45 napnál) korábban mondjuk le az utat. Ám ha később, akkor a bánatpénz a szolgáltatás díját is elérheti.

Magyarországon 70-80%-ban közvetítők adják el az utazásszervező cégek útjait.

Mit tegyünk, ha nem azt a szolgáltatást kapjuk, amelyet megígértek és ami a szerződésben szerepel? Készítsünk jegyzőkönyvet, amit rajtunk (és esetleg az érintett utastársakon kívül) írjon alá az iroda kinti képviselője vagy az utaskísérő is. (Ennek hiányában az utastársak is tanúskodhatnak.) Mellékelhetünk a jegyzőkönyvhöz fotókat, videót (akár mobiltelefonnal készültet is, ha elégséges minőségű).

Sok kellemetlenségtől óvhat meg józan eszünk használata. Legyen gyanús a túl olcsó ajánlat, vagy ha a szokásostól eltérő módon, helyen (kifüggesztett cédulán, újság próbahirdetésében, nem utazási irodás weboldalon stb.) reklámoznak valamilyen utazást.

<http://www.metropol.hu/mellekletek/utazas/cikk/729868>

(metropol.hu, 2011. május 17., kedd)

## Biztonságban a játszótereken

MH-összeállítás

Megkezdte a játszóterek biztonsági ellenőrzését a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság, amelynek munkatársai a forgalomba még nem helyezett, illetve a már telepített játszótéri eszközök dokumentációját, elsősorban a biztonságos üzemeltetéshez szükséges megfelelőségi tanúsítványokat vizsgálják - jelentette be tegnap Fülöp Zsuzsanna, a fogyasztóvédelmi hatóság szóvivője. A szakemberek egyebek mellett azt figyelik a július közepéig tervezett országos ellenőrzéseken, hogy a játékokon - az előírásoknak megfelelően - feltüntették-e az ajánlott korcsoportokat, a szabványokat, a gyártó és a forgalmazó adatait, valamint

elvégezték-e a szükséges karbantartásokat - tette hozzá a szóvivő. Bruszniczky Balázs, a játszótéri eszközök minőségét és biztonságát vizsgáló TÜV Rheinland InterCert Kft. kereskedelmi igazgatója a sajtótájékoztatón elmondta: míg néhány éve a játékok több mint kilencven százaléka nem felelt meg az előírásoknak, addig napjainkra a legtöbb üzemeltető már biztonságos feltételeket teremtett a játszótéren.

(Magyar Hírlap, 2011. május 20., péntek, 15. oldal)

## **Gyerekekre káros arcfestékre bukkantak**

Gyerekek egészségére káros arcfestéket találtak a fogyasztóvédők a hazai polcokon.

Több terméket is vizsgáltak, ezek közül egy volt kifogásolható. Emellett kiderült az is, hogy a polcokon lévő arcfestéket felén, a csomagoláson szereplő adatok nem felelnek meg a valóságnak - hangzott el a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság csütörtöki sajtótájékoztatóján.

Független Hírügynökség - © 2005-2010 - Inform Média

<http://feedproxy.google.com/~r/mon/orszagos/~3/EcMOr5LYPII/haon-news-charlotteInform-20110519-1203123370>

(mon.hu, 2011. május 19., csütörtök)

## **Óvatosan a nyaralásnak látszó termékbemutatókkal!**

A nyár közeledtével tele vannak a postaládák az ingyenes vagy nagyon olcsó városnéző programokra csábító szórólapokkal. Ezek valójában termékbemutatók, amelyeken a gyanútlan résztvevőket drága áruk megvételére, sőt hitelfelvételre kényszerítik - figyelmeztet Szép Gábor, a Teszt és Piac Fogyasztóvédelmi Egyesület elnöke.

A meghirdetett utazáson jelentős idő azzal megy el, hogy egy előadáson arról győzködnek, vegyünk meg egy egészséghez vagy főzéshez kapcsolódó terméket - emelte ki a Teszt és Piac Fogyasztóvédelmi Egyesület elnöke. Szép Gábor kifejtette: előfordul, hogy a vállalkozások nem biztosítják a fogyasztók számára a törvény által biztosított jogot, vagyis azt, hogy nyolc munkanapon belül a szerződéstől indoklás nélkül elállhassanak. Jellemző probléma, hogy a fogyasztókkal szemben agresszívan, fenyegetően lépnek fel, és például azt mondják, addig nem megy tovább a busz, amíg nem veszik meg a terméket - közölte. Szép Gábor szerint jellemzően drága termékeket kínálnak ilyen módon eladásra, de ezeket egy összegben nem tudják kifizetni a fogyasztók, így hitelszerződést is kötnek hozzá. Később ébrednek rá, hogy nem tudják vállalni a terheket, de ilyenkor már alig van kiút - tette hozzá.

Hanganyag: Herczeg Zsolt

<http://inforadio.hu/hir/eletmod/hir-434639>

(inforadio.hu, 2011. május 19., csütörtök)