

## **Fogyasztóvédő Alapítvány** **Heti sajtószemle** 2015. 5. hét

### **Frankcsapda: az út szélén hagyta az állam az autóhiteleseket**

Hiába szállt el a múlt hét közepén a svájci frank - hétfőn délután 317 forintba került középárfolyamon a Magyar Nemzeti Banknál (MNB) -, a devizaalapú lakáshiteleseknek nem kell izgulniuk, hiszen az év elején életbe lépett a rögzített árfolyamú forintosítás.

Ennek köszönhetően bárhol is változik az euró, a frank vagy a japán jen árfolyama, ők fix összeggel számolhatnak. Az euró esetében 309, a franknál 256,6, a japán jennél 2,16 forintban rögzítették az átváltási árfolyamot. Komoly bajba kerültek viszont, akik devizában vagy devizaalapon felvett autó-, személyi, folyószámla- vagy áruhitellel rendelkeznek, ugyanis rájuk nem vonatkozott a forintosítás: a svájci frank jelenlegi, hozzávetőlegesen húsz százalékos drágulásával ugyanis a hitelfolyósítási szint nagyjából duplájára emelkedett az alpesi valuta ára.

- Havi húszezer forintról indult hat éve az autóhitel-törlesztésem, decemberben 31 ezret fizettem - állította Gárdos Péter, aki 1,2 millió forintot vett fel annak idején 96 hónapra. - A januári csekket még nem kaptam meg, de szerintem közel negyvenezeret kell majd befizetnem...

Az ötvenhárom éves férfi nincs egyedül: a nyilvántartás szerint több mint 110 ezren szembesülnek hasonló problémával, azaz rendelkeznek nem jelzálog fedezetű deviza-autóhitellel, s összesen 154 milliárd forintnyi valutával tartoznak.

Kovács László, a Banki és Végrehajtási Károsultak Fogyasztóvédelmi Egyesületének (BVKFE) főtitkára szerint esetükben komoly gond, hogy nyolc-tíz év után újautó áron törlesztetik velük jelentősen használt gépkocsijukat. - Ha nem fizetik pontosan a részleteket, elviszik az autót, ám ettől a tartozásuk megmarad - vélekedett Kovács László -, így aztán jön a végrehajtás, az árverezés. Úgy tűnik, a pénzügyi kormányzat megelégedett a jelzálogalapú hitelek forintosításával, legalábbis a legkisebb jele sem látszik, hogy bármit is tenni akarnának. A Kúria megállapította, a devizahitelesek tudtak a kockázatokról, ezért annak terheit viseljék, hacsak nem tudják igazolni ennek ellenkezőjét. Pedig nem csak az övék a felelősség.

A BVKFE főtitkára szerint ugyanis az érintettek jelentős része jóhiszeműen, ám kellő információk nélkül vette fel hitelét. Állítja, 2006 januárjában a Bankszövetség tanulmányt adott ki Nem kell félni a devizahitelektől címmel, s hosszútávon nem jósolt jelentős változást az árfolyamokban. Hasonlóképpen nyilatkozott a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete is, a bankok pedig ezen iránymutatások alapján hirdették a svájcifrank-hiteleseket, s legfeljebb 15 százalékos árfolyam-ingadozást ígértek. - A következmények ma már ismertek - jelentette ki Kovács László -, ám a lakossági hitszerződések védelmében mégsem történt semmilyen érdemi intézkedés: az MNB, a felügyeleti szervek, illetve a kormányzat nem kezdeményezte a szerződések felülvizsgálatát, s nem tették lehetővé a szerződések felmondását az ügyfelek részéről, ahogyan a forint- és a devizakonstrukciók közötti átjárást sem. Bár több adósmentő intézkedést hoztak, a szűk réteget érintő 180 forintos végtörlesztés kivételével egyik sem volt megfelelő.

A főtitkár hozzátette, a Svájci Nemzeti Bank 2011-ben bejelentette az euróhoz viszonyított 1,2-es átváltási küszöböt, ez minden szakembert megnyugtatott, s senkinek sem jutott eszébe: mi lesz, ha megszűnik a korlátozás? Egyáltalán, voltak erről információik? A svájciak a piaci folyamatokkal indokolták a lépéseiket. A hazai elemzők nem ugyanezeket tanulmányozzák? Mert a lakosság lehet pénzügyi szempontokból tájékozatlan, de a gazdasági kormányzat, a bankvilág nem. - A lakosság elvárna, hogy a parlament azonnali rendkívüli ülést tartson ebben az ügyben - állította Kovács László -, és olyan intézkedések sorát vezesse be, mely a lakosság kitettségét csökkenti, a piacot megnyugtatja, és az árfolyamokat stabilizálja. A bajbajutott családok száma megduplázódott. És teljesen mindegy, valakit gépjármű- vagy jelzáloghitel miatt árvereznek el...

(automotor.hu, 2015. január 23., péntek)

## **Trükkös termékbemutatók - Valótlan ígéretek, méregdrága árúk - A törvényi szigor sem hozta meg a várt eredményt**

Még 2014. január elsején került bevezetésre az a módosítás, amely szerint a termékbemutatókat be kell jelenteni a rendezvény előtt tizenöt nappal. Egy évvel ez után jól látszik, hogy a szigorítás nem hozta meg a várt eredményeket. Az árubemutatókra továbbra is valótlan ígéretekkel, méregdrága, ám sokszor használhatatlannak bizonyuló árucikkkel csábítják főleg a szépkorúakat. A fogyasztóknak pedig hiába van tizennégy napjuk arra, hogy meggondolják magukat a vásárlást illetően, a cégek ezzel általában nem foglalkoznak.

Sokszor utol sem tudják érni a céget a vásárlók, mert az köddé válik, a bejegyzett székhelyen egy épülőfélben lévő családi ház fogadja a fogyasztót vagy épp az már kétszer is átalakult és más vállalkozásként működik. - állítja a Fogyasztóvédelmi Egyesületek Országos Szövetsége (FEOSZ). Az alkalmazott trükkök tárháza kifogyhatatlan és a példákat sorolni lehetne. Mostanra egyértelmű vált, hogy csak a termékbemutatók betiltása hozhatja meg a várt eredményt.

2014. január elsejétől hatályos a kereskedelmi tevékenységek végzésének feltételeiről szóló 210/2009. (IX. 29.) Korm. rendelet azon rendelkezése, hogy üzleten kívüli kereskedelem esetében legkésőbb tizenöt nappal megelőzően be kell jelenteni a termékbemutatókat az illetékes jegyzőnek. A fogyasztóvédelmi felügyelőség ekkor még nem is értesül az esetről: a jegyző a Korm. rendelet értelmében csak később - szinte "postásként" - értesíti az utazás vagy a rendezvény helye szerint illetékes hatóságot.

A Fogyasztóvédelmi Egyesületek Országos Szövetségéhez beérkező fogyasztó megkeresések alapján jól látszik, hogy a módosítás nem érte el a kívánt hatást: a bejelentési kötelezettség nem változtatott általánosan a cégek gyakorlatán. Azok továbbra is valótlan, szórólapon megtalálható ígéretekkel, sokszor nem is létező ingyenes egészségi állapot-felméréssel, ajándékokkal csábítják a fogyasztókat a rendezvényekre, ahol pedig megtévesztő információkkal, agresszív marketing-technikákkal veszik rá őket a szerződés kötésre. Az tehát, hogy a fogyasztóvédelmi hatóság tudomást szerez – már ha szerez és a cég teljesíti bejelentési kötelezettségét – a rendezvényről, továbbra sem riasztja el a cégeket a fenti fogyasztóellenes gyakorlatok alkalmazásától.

2014. június 13. óta a fogyasztók már nem 8 munkanapon, hanem 14 napon belül gondolhatják meg magukat, ha termékbemutatót vásárolnak, de az érintett vállalkozások ezzel sem törődnek sokszor, hiába jelentik be megfelelően részükre írásban azt, hogy gyakorolják indokolás nélküli elállási jogukat. A vásárlók ekkor persze bortalal üthetik a rendezvényen általában már előlegként előre elkért több tízezer forintos összeget is.

Ráadásul rajtuk marad ilyenkor a sokszor használhatatlan termék, amelyhez a boltban vagy interneten akár ötödannyi összegért is hozzájuthatnak – mint az történt a 280.000 Ft-ért polarizált fényterápiás lámpaszettet vásárló fogyasztó esetében, aki csak később tájékozódott a weben annak valódi áráról.

A fogyasztóvédelmi szabályok megsértése mellett a termékbemutató cégekkel más hatóságoknak is meggyűlik a bajuk rendszeresen. Nem példa nélküli velük szemben a jogellenes adatkezelés miatti bírságok alkalmazása vagy épp a csalás kísérletének gyanúja miatt rendőrségi nyomozás a legutóbbi esetben, amikor a vállalkozás azt állította valótlannul a megvételre kínált ágy neműről, hogy annak az Országos Egészségbiztosítási Pénztár visszatéríti az árát. Emellett pedig a Gazdasági Versenyhivatal is sorra hozza meg a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot megállapító és több millió forintos bírságokról szóló határozatait.

Mindezek egy irányba mutatnak: az árubemutatóval foglalkozó cégek megfélemezésére hozott előírások kudarcot vallottak, nem hozták meg a kellő eredményeket.

<http://www.jogiforum.hu/hirek/33147>

(jogiforum.hu, 2015. január 23., péntek)

## **Jókora bírságot kapott a biztosító**

Az MNB 40 millió forint felügyeleti bírság és 5 millió forint fogyasztóvédelmi bírság fizetésére kötelezte a Allianz Hungária Biztosító Zrt.-t - derül ki a most publikált határozatból. Eszerint a felügyeleti hatáskörébe eljáró jegybank arra kötelezte a biztosítót, hogy a kötelező gépjármű-felelősségbiztosítási (kgfb) termékével összefüggésben alakítson ki olyan szabályozást, valamint hozzon létre és működtessen olyan nyilvántartási, adatfeldolgozási, adatszolgáltatási és ellenőrzési rendszert, amely a jogszabályi előírásokkal maradéktalanul eleget tesz.

Ehhez hasonlóan a biztosítónak az életbiztosítási termékeivel összefüggésben a jogszabályi előírásokkal maradéktalanul eleget tevő szabályozást, valamint nyilvántartási, adatfeldolgozási, adatszolgáltatási és ellenőrzési rendszert kell működtetnie.

A jegybank a cascóval és az otthonbiztosításokkal kapcsolatban is talált problémákat. A sokféle elvárás teljesítése érdekében megtett intézkedésekről az Allianznak január, illetve március 31-ig kell írásban tájékoztatnia az MNB-t.

[http://www.napi.hu/magyar\\_vallalatok/jokora\\_birsagot\\_kapott\\_a\\_biztosito.592549.html](http://www.napi.hu/magyar_vallalatok/jokora_birsagot_kapott_a_biztosito.592549.html)

(Napi.hu, 2015. január 24., szombat)

## **Belső vizsgálat kezdődött az Eximbanknál**

Vizsgálatot rendelt el az Eximbank annak kiderítése érdekében: ki felel azért, hogy az állami cég késve nyújtotta be a Gazdasági Versenyhivatalnak (GVH) a Fordulat Tőkealapban való részesedésszerzéssel kapcsolatos kérelmet - közölte az MTI-vel a társaság. A GVH pénteken közölte, engedélyezte, hogy a Magyar Export-Import Bank Zrt. (Eximbank) az OTP Bank Nyrt.-vel közös irányítást szerezzen a Fordulat Tőkealap felett. Ugyanakkor a kérelem késedelmes benyújtása miatt az OTP-vel és az Eximbankkal szemben 32,8 millió forint bírságot szabtak ki.

Az Eximbank közleményében felidézte, hogy az OTP által korábban létrehozott és kizárólagosan irányított Fordulat Tőkealapban 2013-ban szereztek részesedést. A versenyjogi aggályok felvetődése után, tavaly november 24-én az érdekelt felek a jogtiszta állapot megteremtése érdekében megtették a szükséges jogi lépéseket, így a részesedésszerzés önkéntes bejelentését a GVH-nak. A versenyhivatal 438 napos késedelmet állapított meg, és bírságot szabott ki, amelyet az Eximbank megfizetett.

HÍRÖSSZEFOGLALÓ

Eredeti

(Magyar Nemzet, 2015. január 26., hétfő, 12. oldal)

## **Fizessünk a más bűnéért**

Olvasói levél

Katasztrofális fejtelenség van a sárga és fehér csekkok kezelése körül, aminek csak a fogyasztó ihatja meg a levét. Néhány éve hoztak egy rendelkezést, hogy a fogyasztó a csekkre írt befizetési határidő előtt két munkanappal köteles teljesíteni a befizetést, mert ennyi időre van szüksége a Postának az átutalás teljesítéséhez. A számla kibocsátója és a Posta számára azonban nem szabtak határidőt. A szolgáltatók általában tíz naptári nappal a csekkre írt határidő előtt postázzák a számlalevelet, néha pár nappal előbb. A Postának viszont 8-10 naptári napba telik, mire ezeket az úgynevezett zsákos leveleket méltóztat kikézbesíteni. Így a fogyasztó elkerülhetetlenül késve fizethet csak.

Például ma, január 21-én, amikor ezt a levelet írom, öt számlalevelet kaptam, közülük a legkorábbin január 11., a legkésőbbin január 14. volt a feladási postabélyegző kelte. A január 26-i befizetési határidejűt tehát akkor tudnám időben befizetni, ha mindjárt holnap, 22-én rohannék a postára. (Nyugdíjasként hetente egyszer jutok postahivatal közelébe. A lakásomtól gyalogtávolságon belül nincs postahivatal.) Több csekkel már akkor is elkésznék, ha rögtön ma rohantam volna. A legtöbb szolgáltató többé-kevésbé békésen túri a befizetők önhibáján kívüli késést, de például a Magyar Telekom skrupulusok nélkül kirója a késedelmi kamatot. Vagyis a saját késéséért és a Posta lassúságáért a fogyasztót "bünteti".

Mit szól ehhez a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság? A szolgáltatónak ad igazat. Az a bűdös fogyasztó csak fizessen a más bűnéért! Elvégre csak a nevük fogyasztóvédelmi, a funkciójuk nem.

Válas György

(Népszabadság, 2015. január 26., hétfő, 10. oldal)

## **Pezsgőtablettákat is vizsgál a hatóság**

Összeállította az idei év ellenőrzési tervét a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság. A tervezett laboratóriumi tesztek között szerepel a probiotikus és egyéb étrend-kiegészítők és pezsgőtabletták vizsgálata, illetve a szezonális - nyári és téli időszakban jellemző - termékek vizsgálata is. További információk a [www.nfh.hu](http://www.nfh.hu) oldalon.

(24 Óra, Békés Megyei Hírlap, Heves Megyei Hírlap, Petőfi Népe, Somogyi Hírlap, Tolnai Népszerűség, Új Dunántúli Napló, Új Néplap, 2015. január 23., péntek, 11. oldal)

## **Túlterhelte az eMagot a Fekete Péntek**

Az eMag online áruház elismerte, hogy túlvállalták magukat, a főszezonban gyakran késtek a szállítások és a visszafizetések. A kellemetlenségekért elnézést kérnek.

Az eMag internetes áruház vevője arra panaszkodott, hogy a Fekete Péntek akció során rendelt egy fényképezőgépet és egy babamonitort, amikre mégsem volt szüksége, ezért, ahogy ezt a cég minden vásárlójának felajánlja, szerette volna visszaküldeni őket. A futár a csomagokat el is vitte, a raktárba megérkeztek, de az eMag késlekedett a vételár megtérítésével.

Optimistán becsülték meg

Való igaz, hogy főszezonban a legtöbb panaszt a szállítás, az áruvisszaküldés és a pénzvisszatérítés miatt kapták, ezek legtöbbje megalapozott volt, ismerte el az Origónak az eMag. "Optimistán becsültük meg kapacitásainkat az év legfontosabb vásárlóidőszakában leadott megrendelések feldolgozásával kapcsolatban. Azt ígértük vásárlóinknak, hogy az előre megadott határidőn belül kiszállítjuk a termékeket, amit nem tudtunk tartani" - írják. Minden olyan

ügyfelüktől elnézést kérnek, akit kellemetlenség ért, a panaszos ügyfeleket igyekeznek kárpótolni, például vásárlási utalvánnyal.

Az eMag optimistán becsülte meg saját kapacitását

"Sokat tanultunk a hibáinkból, és máris azon dolgozunk, hogy növeljük a kapacitásunkat, felkészültebbek legyünk a vásárlási főszezonra, illetve az ügyfelek panaszainak kezelésére" - írják közleményükben. A fényképezőgéppel és babamonitorral póruul járt ügyfél már visszakapta a pénzét.

Két eljárás indult

A Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatósághoz 2014-ben és 2015-ben összesen 51 bejelentés és tájékoztatáskérés érkezett az eMaggal kapcsolatban. A fogyasztóvédelem az Origónak azt mondta, ezek nagy része csak tájékoztatáskérés volt, aminek eleget tettek. Érdemi intézkedést a legtöbb ügy nem igényelt, közigazgatósági hatósági eljárás két esetben indult, ezek jelenleg folyamatban vannak.

<http://www.origo.hu/gazdasag/20150123-tulterhelte-az-emagot-a-fekete-pentek.html>

(Origo, 2015. január 26., hétfő)

## **Több mint 1,5 milliárdért hirdeti magát a Magyar Posta**

**A Magyar Posta Zrt. 2015-ben 1 milliárd 690 millió forintot költ az önmenedzselésére**

Médiatervezés, médiafoglalás- és vásárlás, különös tekintettel hirdetések megjelentetésére, illetve kampányok szervezésére. A hirdetéseket a nyomtatott, az elektronikus és online médiában, valamint a kültéri hirdetési felületeken kell megjeleníteni.

A Magyar Posta 100 százalékban állami tulajdonú vállalat, amelynek a 2013-as évi adózás utáni bevétele több mint 1,3 milliárd forint volt, majd tavaly bejelentette a posta, hogy csekkautomaták és postapontok kialakítását tervezi a közigazgatási tárca a kormányablakokban, mely automatáknak darabja majdnem 3 millió forint.

Hírhatár Online

[http://www.hirhatar.hu/index\\_cikk.php?hh=tobb-mint-15-milliardert-hirdeti-magat-a-magyar-posta](http://www.hirhatar.hu/index_cikk.php?hh=tobb-mint-15-milliardert-hirdeti-magat-a-magyar-posta)

(Hírhatár Online, január 26., hétfő)

## **Fogyasztóvédelmi óra az őriszentpéteri általános iskolában**

Már hagyománnyá vált az őriszentpéteri általános iskolában, hogy a 8. osztályos tanulók osztályfőnöki óra keretében fogyasztóvédelemmel kapcsolatos hasznos tájékoztatót vesznek részt.

Tudunk-e okosan vásárolni? Tényleg olcsó-e az olcsó áru? Tudjuk-e milyen jogaink vannak a garanciával vagy a termékcserevel kapcsolatban?

Többek között ezekre a kérdésekre kaptak választ az őriszentpéteri általános iskola 8. osztályos tanulói, amikor Csillag Miklós, a Fogyasztóvédelmi Egyesület munkatársa rendkívüli osztályfőnöki órát tartott. A tájékoztató előadás kiterjedt a szolgáltatások főbb területeire, a szavatosság és jótállási jogok értésére és érvényesítésére, de a reklamációk és fogyasztói kifogások rendezésének módjára is. Vitás esetekben a Fogyasztóvédelmi Egyesület és a Békéltető Testület segítő közreműködőhöz fordulhatnak az érintettek.

A képen balról Marton Robin, Mesics Dávid, Pivonka Krisztián. Mögöttük Törő Dániel és Szabó Márk. Az előadó Csillag Miklós mellett Kolompár Virgínia, Bazsó Letícia, Rajcsányi Borka. Hátul a többi nyolcadikos tanuló.

Sok hasznos tanácsot kaptak a tanulók. Jó, ha tudjuk, hogy az árut a polcoknál feltüntetett áron kell eladni. Merjünk szólni, ha sérelem ér bennünket.

Következő előadás tervezett témája a fogyasztói társadalom. Hasznos kezdeményezés volt az óra végén egy heti étlaptervezet. Nem mindegy, hogy mit esznek a gyerekek, és milyen rossz szokásokról kell átnevelni őket, hogy egészségesebben étkezzenek.

A végzős 8. osztályos tanulók hamar önálló vásárlók lesznek, hiszen az általános iskola befejezése után kollégiumokba kerülnek, vagy bejárnak valamelyik közeli város középiskolájába. Nem elég arra figyelni, hogy ne csapják be őket, arra is ügyelni kell, hogy ne kerüljenek kellemetlen helyzetbe saját tájékozatlanságuk és figyelmetlenségük miatt.

A diákoknak, akik elkerülnek a családi kötelékből, valamint a felnőtteknek is megszívlelendők ezek a fogyasztóvédelmi gondolatok.

Fekete Lászlóné

<http://vaol.hu/olvaso/fogyasztovedeleml-ora-az-oriszentpeteri-altalanos-iskolaban-1674882>

(vasnepe.hu, 2015. január 26., hétfő)

## **Elbuktak az érzékelők**

Utoljára tegnap hajnalban érkezett hír arról, hogy meghibásodott fűtőberendezés okozott bajt, és szén-monoxid-mérgezés történt, Ecseren három embert szállítottak kórházba. Télen szinte naponta érkeznek hírek hasonló esetekről. A Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság (NFH) a múlt év végéig kétszer vizsgált szén-monoxid-érzékelőket. A decemberben ellenőrzött tíz termék egyike sem jelezte a meghatározott koncentrációt a megadott időn belül, ezért az összes vizsgált termék forgalmazását megtiltották. Az NFH hatósági eljárást indított, ami még nem zárult le. Ennek során derül ki, hogy kihez jutott el, ki gyártotta, ki forgalmazta az érzékelőket. A forgalmazást akkor lehet véglegesen megtiltani, ha a bírósági döntés jogerőre emelkedik, a fogyasztók is ekkor vihetik vissza az üzletbe az NFH tesztjén elbukott érzékelőket. Becslések szerint Magyarországon 100-500 ezer lakásban van szén-monoxid-riasztó. Az áruk szabad áramlásának uniós alapelve miatt a hatóság előzetesen nem vizsgálhatja be az Európai Unióból Magyarországra érkező termékeket. Csak azokat az árukat ellenőrizhetik előzetesen, amelyek Magyarországon keresztül jutnak be az EUba. Az érzékelőknek minden esetben fény- és hangjelzéssel kell figyelmeztetniük a felhasználókat arra, ha a levegőbe kerülő szén-monoxid koncentrációja eléri a határértéket. Az érzékelőknek már alacsonyabb szén-monoxid-koncentráció esetén is jeleznie kell, magasabb érték esetén az idő lerövidül, ennek hosszát úgy határozták meg, hogy biztonságosan ki lehessen jutni a helyiségből.

(Magyar Nemzet, 2015. január 28., szerda, 6. oldal)

## **Hitelfelvétel apró betű nélkül**

Február elsejétől lép életbe a megújult banki magatartási kódex

Megújult a bankok magatartási kódexe, amelytől azt reméli a jegybank és a bankszövetség, hogy a törvényben nem rögzített szabályok átláthatóvá tételével könnyebbé válik a hitelfelvétel. Az egyezmény betartását az MNB ellenőrzi, és az eredményt a honlapján ismerteti.

Február elseje nemcsak a forintosítás, a fair bankolás első lépcsője, valamint a banki elszámoltatás életbelépésének napja, de jövő hétfőtől a banki magatartási kódex is megújul. A Magyar Nemzeti Bank (MNB) és a Magyar Bankszövetség a 2010-ben elfogadott megállapodást azokkal az elvekkkel, szabályokkal egészítette ki, amelyek a tavaly megszületett hitelezési jogszabályokat nem érintik, viszont a napi gyakorlatban nagyon fontosak a hitelfelvételhez.

A két szervezet közleménye szerint a hitelezéssel kapcsolatos három legfontosabb alapelv - átláthatóság, szabályelvűség, szimmetria - érvényesítését vállalják az egyezményhez csatlakozó pénzüintézetek. Ez azt jelenti, hogy a hitelnyújtáskor az ügyfeleknek is könnyen átlátható és megérthető formában készítik el tájékoztató anyagaikat, folyamatosan frissítik, és ezekről rendszeres tájékoztatást is adnak. Ennek köszönhetően a jövőben nem merül ki az informálás pusztán jogszabályi hivatkozásokkal.

A pénzüintézetek vállalták azt is, hogy az ügyfelek figyelmét kellő alaposággal hívják fel a hitel felvételének, valamint a késedelmes fizetésnek a kockázatára, következményeire. A kódex egyúttal tartalmazza azt is, hogy akik szerepelnek a központi hitelinformációs rendszerben, vagyis a megbízhatatlannak minősített adósok, nem kaphatnak kölcsönt. Mindez azért is fontos, hogy főlegesen költségektől kíméljék meg azokat, akik hitelért folyamodnak.

A bankok ezentúl felhívják a figyelmet az MNB fogyasztóvédelmi oldalára is, amely összehasonlító táblázatokkal segíti a hitelfelvételt. Emellett könnyen elérhetővé teszik a jegybank hitelkalkulátorát is. Az sem mellékes, hogy kiemelt hangsúlyt kap a szimmetria elve. Így a hitelintézetek nem csupán az ügyfeleknek kedvezőtlen változásokat érvényesítik a kölcsön visszafizetésekor, hanem a számukra kedvezőket is. A gyakorlatban ez annyit jelent, hogy nemcsak az emelkedő kamatokat vezetik át egyoldalúan - amit egyébként tavaly a Kúria nehezen védhetőnek is nevezett -, hanem a csökkenő terheket is.

Fontos része a kódexnek, hogy az aláírók mellett hogy az érintett jogszabályok alkalmazását kötelezőnek tartják, az átlátható hitelezési gyakorlat megteremtéséhez vállalt intézkedéseket a saját szabályzatukban is rögzítik. Az egyezményhez csatlakozott pénzüintézetek abban is egyetértenek, hogy a jegybank jogosult a kódex előírásainak betartását ellenőrizni, majd annak eredményét a honlapján ismertetni.

Védik a fogyasztót az új szabályok FOTÓ: SZÉKELYHIDI BALÁZS

HAJDÚ PÉTER

(Magyar Nemzet, 2015. január 28., szerda, 12. oldal)

## **Megtévesztő reklám miatt bírságoltak**

Két céget bírságolt meg a Gazdasági Versenyhivatal, mert nem tudták igazolni termékeik reklámokban kifejtett gyógyhatását. A cégek azt sem kommunikálták egyértelműen, hogy egyik termékük nem gyógyszer. A bírság kiszabásakor a kommunikációs eszközök költségeire alapoztak.

A Gazdasági Versenyhivatal 10 millió 840 ezer forintra bírságolta a Vitabalans Kft-t és a Vitabalans Oyt, megtévesztő reklámjaik miatt. A GVH szerint a Lacto Seven és a Lopacut 2mg étrendkiegészítők 2011. és 2013. között megjelenő hirdetéseit azt közvetítették, hogy a termék hét olyan baktériumot juttat a szervezetbe, amelyek jótékonyak, hasznosak az emésztőrendszer számára, s jó közérzetet, immunerősítést, az egészséges bélflóra fenntartását eredményezi, ám a vállalkozások nem tudták igazolni az állítások valóságtartalmát.

### **Jogsértő tevékenység**

A GVH szerint a vállalkozások 2013 januárjától márciusáig jogsértő reklámtevékenységet folytattak, amikor a Bors, a Blikk és a Blikk Egészség egyes számaiban közzétett reklámokban nem határozták meg egyértelműen, hogy a Lopacut 2mg termék gyógyszer. Az ágazati törvény előírja, hogy gyógyszerértékelésről vény nélkül is kiadható és társadalombiztosítási támogatásban nem részesülő

gyógyszerek reklámozása csak akkor szabályos, ha a reklám egyértelművé teszi, hogy a reklámozott termék gyógyszer.

Nem tudták igazolni a hatást

Forrás: Thinkstock

Súlyosbító és enyhítő körülmények

A GVH a bírság kiszabásakor a kommunikációs eszközök költségeire alapozott. Súlyosító körülménynek számít, hogy a reklámok a fogyasztók széles körét érték el, és hogy a reklámozott termék bizalmi jellegű. Enyhítő körülmény viszont, hogy a vállalkozások a jogsértő kommunikációt a jogszabályváltozásokat követő, úgynevezett átmeneti időszakban tették közzé. A GVH megtiltotta a jogsértő magatartás folytatását.

Erre figyelni kell

A GVH ismételten felhívja a figyelmet arra, hogy étrend-kiegészítő termékek, így probiotikus készítmények reklámozásakor a vállalkozásoknak szem előtt kell tartaniuk a fogyasztóvédelmi rendelkezéseken túl az élelmiszerek reklámozására vonatkozó ágazati jogszabályokat is, így egészségre vonatkozó hatásról szóló állítás csak szűk keretek között, a szigorú normáknak megfelelően fogalmazható meg, igazolva a megfelelést az ágazati szabályoknak.

A gyógyszerértékelés vény nélkül is kiadható és társadalombiztosítási támogatásban nem részesülő gyógyszerek reklámozása csak akkor szabályszerű, ha a reklám alapján egyértelmű, hogy a reklámozott termék gyógyszer.

<http://www.origo.hu/gazdasag/20150127-gyogyhatas-igerete-miatt-birsagolt-a-gvh.html>

(Origo, 2015. január 27., kedd)

## A UPC elintézte

Lehet, hogy a UPC valami tanfolyamon járt, ahol azt tanulta, hogy csak erősen kell akarni a dolgokat és igaz lesz? Mindenestre még van mit tökéletesíteni a rendszeren. Talán el kéne dönteni, hogy mi az akarás tárgya: hogy nincs is hiba vagy hogy már megjavították.

Kedves Tékozló Homár!

Az esetem sajnos nem új keletű, de szeretném önökkel, illetve a nagyközönséggel megosztani. Ezzel egy időben elkezdtem a procedúrát a Békéltető Testülettel. Remélem előbb vagy utóbb "kedvező elbírálásban részesülök".

A UPC Magyarország szolgáltatójánál van előfizetésem már több éve. Előfordultak olykor-olykor problémák, internet kimaradások, de hol ne fordulnának ilyenek elő.

Van egy időszakosan visszatérő probléma, miszerint a reggeli, esti órákban illetve hétvégén, amikor a dolgozni járó emberek hozzáférnek az internethez egyszerűen nem tudják használni. Mert látszólag ugyan van internetkapcsolat, viszont amikor az ember szeretne betölteni egy weboldalt, többszöri nekifutásra van szükség. A hiba oka, hogy a csomagok elvesznek az éterben (van hogy kisebb, van hogy nagyobb számban).

Ezt a problémát legutoljára 2014.11.16-án jelentettem, a UPC hibabejelentő oldalán keresztül (hozzáteszem ezt is többszöri nekifutásra sikerült csak, az "élvezetes" internet kapcsolat miatt). Eme tevékenységemről kaptam visszaigazoló emailt, illetve másnap már csörgött a telefonom, hogy megkapták a kérésemet, LÁTJÁK A HIBÁS működést, küldenek szerelőt. Szerelő megérkezik rámér mindenre, nem lát hibát, internet sebesség jó, stb. Elmondta hogy NÁLUNK NINCS HIBA, viszont valószínűleg amikor más előfizető hibás eszköze kapcsolódik a hálózathoz, az az én kapcsolatom rovására megy. Érdemben sajnos nem tudták megoldani a problémát, ami a mai napig fennáll.

Végkép meguntam ezt a helyzetet, és mivel a UPC-hez lehetetlen email címet szereznem (csak a panaszbejelentő űrlap a weboldalon), ezért a hivatalos facebook oldalukon vettem fel velük a kapcsolatot (2015.01.18). Ahol kértem hogy amennyiben nem tudják helyrehozni a hibát (amit eddig sem sikerült), kötbérmentesen engedjenek el, hiszen az ÁSZF rájuk eső részét felrúgták



(mivel a hibát 72 órán belül el kell háritaniuk, és amennyiben ez nem lehetséges az előfizetővel kötelesek egy időpontot egyeztetni [ami nem történt meg]). Vasárnap este révén kértek is egy telefonszámot, fel is hívott egy hölgy, hogy sajnálattal értesült a problémáról, és felvett egy panaszt hangrögzítésre hivatkozva, illetve megígérte, hogy egy kollégájuk keresni fog.

Hétfőn a kolléga keresett is, mondta hogy dolgoznak az ügyön, napokon belül megoldás lesz, ebben a tudatban tettem le a telefont. 2015.01.22-én úgy gondoltam, ugyan rákérdezek már a hivatalos facebook oldalon, hogyan is áll az ügyem. A legnagyobb meglepetésemre a válaszuk annyi volt, hogy keresett engem egy kolléganőjük, hogy a hibát elhárították.

Na itt fogyott el végérvényesen a türelmem, ugyanis senki nem keresett és a hiba is fennáll. Ezt válaszként megírtam nekik is. De mivel semmi válasz nem érkezett, így úgy döntöttem kiöntöm a lelkemet a nagyközönség előtt, és a fogyasztóvédelemmel is felveszem a kapcsolatot. Ha esetleg valaki még tudna valami hasznos információval szolgálni, azt megköszönöm. Természetesen a számlák folyamatosan fizetve vannak, és annak ellenére hogy tudnak a hibáról is teljes havidíjakat fizetek.

Csatolok pár képernyő képet a "most már jól működő" internetkapcsolatról, illetve a UPC-vel folytatott beszélgetésemről is!

[http://homar.blog.hu/2015/01/27/a\\_upc\\_elintezte](http://homar.blog.hu/2015/01/27/a_upc_elintezte)

(homar.blog.hu, 2015. január 27., kedd)

## **Bebukott webáruházak : de mi lesz a pénzünkkel?**

Olvasóink kérdezték, hogy mi lesz azoknak a pénzével, akik a bebukott webáruházaknak már kifizették a megrendelt terméket, de azt nem kapták meg? Utánajártunk.

Január 22-én adtunk hírt először arról, hogy a bemutatoterem.hu nem elérhető és hogy szervereket foglaltak le a NAV nyomozói. Aztán vasárnapra, azaz január 25-ére az is nyilvánvalóvá vált, hogy nem csupán szerverek, de a céget vezető személyek is lezárásra kerültek.

Aztán hétfőn, azaz január 26-án a NAV sajtóközleményben tette közzé, hogy egy bűnbandáról van szó, akik 81 milliárd forintnyi termék pörgetésével - papíron utaztatásával - tettek szert több milliárdnyi tisztességtelen haszonra. A linkekre kattintva részletesen is olvashat az eseményekről, vagy látogassa meg gazdaság rovatunkat! Ezeket olvasva jogosan aggódnak a vásárlók - köztük számos olvasónk is - a miatt, hogy a befizetett pénzeiknek esetleg soha többet nyomát sem látják. A helyzet szerencsére nem ennyire gyászos.

Természetesen már a botrány kirobbanásának napján kerestük levélben az érintett cégeket, de a mai napig nem kaptunk tőlük választ. Mivel sejtettük, hogy így lesz, ezzel egyidőben megkrestük a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóságot is, tőlük is megkérdeztük azokat a dolgokat, amiket az olvasóink tőlünk kérdeztek. Az NFH nagyon gyorsan és nagyon szakszerűen válaszolt kérdéseinkre és mi pedig ezen tanácsokat most közzé is tesszük. Nem lesz egyszerű harc, de végig kell verekednie a csatákat azoknak, akik szeretnék a pénzüket visszakapni. Íme a fegyverkészlet a harchoz. A megszállagozott vonalak közötti rész az NFH levelét tartalmazza, azon módosításokat nem eszközöltünk.

A folyamatban lévő szerződések esetében a vállalkozás határidőben teljesít, ha a vállalt szállítási határidőn belül képes a teljesítésre. Ezért javasoljuk, hogy a vásárlók - amennyiben a terméket szeretnék kézhez kapni - várják meg a vállalt szállítási határidő leteltét. Ha a termék a szerződött időponton belül nem érkezik meg, a vállalkozás késedelembe esik a teljesítéssel. Ez esetben javasoljuk a vásárlóknak, hogy küldjenek ajánlott levelet az eladó honlapján megtalálható székhelycímre (a vállalkozás ugyanis a szerződés megkötése előtt kellő időben köteles a fogyasztót tájékoztatni a vállalkozás cégnevéről /nevéről és címéről/székhelyéről, illetve lakóhelyéről azonosításra alkalmas módon), amelyben szólítsák fel a kereskedőt - rövid határidő tűzésével - a termék kiküldésére, vagy elállási szándékuk esetében a pénz visszafizetésére.

A hatályos rendelkezések szerint (45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet a fogyasztó és a vállalkozás közötti szerződések részletes szabályairól, 23. § (1) bekezdése) ha a fogyasztó a 22. §-nak megfelelően eláll az üzlethelyiségen kívül kötött vagy a távollevők között kötött szerződéstől, a vállalkozás haladéktalanul, de legkésőbb az elállásról való tudomásszerzésétől számított tizennégy napon belül visszatéríti a fogyasztó által ellenszolgáltatásként megfizetett teljes összeget, ideértve a teljesítéssel összefüggésben felmerült költségeket is.

Amennyiben a terméket a vállalkozás nem juttatja el a vásárlók felé, vagy a befizetett vételárat nem fizeti vissza, vagyis nem sikerül megegyezésre jutniuk a teljesítést illetően, a vásárlók jogait bírósági vagy békéltető testületi eljárásban tudják érvényesíteni. A békéltető testülethez fordulást az eljárás egyszerűsége, gyorsasága, valamint költségkímélőbb jellege miatt tekintjük kedvezőbb választásnak. [www.bekeltet.hu](http://www.bekeltet.hu)

A bírósági eljárást megelőzően - amennyiben a feltételei fennállnak - fizetési meghagyásos eljárás indítható az illetékes közjegyző előtt pénztartozás visszakövetelése érdekében (vegyék azonban figyelembe, hogy ez bizonyos költséggel jár - az eljárási díj mértéke az alapeljárásban az előterjesztett igény 3%-a, de legalább 5000 forint és legfeljebb 300 000 forint). A fizetési meghagyás kibocsátásáról bővebben itt olvashatnak: [www.fizetesi-meghagyas.hu](http://www.fizetesi-meghagyas.hu). Amennyiben a vállalkozás felszámolás alatt áll, úgy a felszámolást végző felé jelezhetik az igényt.

Panaszbejelentéseikre a vállalkozásnak 30 napon belül írásban, érdemben kell válaszolnia. Ha ezen kötelezettségét megszegi, akkor eljárás iránti kérelemmel élhetnek e tekintetben a lakóhely szerint illetékes területi fogyasztóvédelmi felügyelőségnél.

Érdeemes továbbá a közösségi oldalakon, illetve az erre szakosodott fórumon a károsultaknak összefogni, s akár pertársaságot alakítani.

Üdvözlettel:

Kalmárné Békés Renáta

vezető tanácsos

Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság

Stratégiai Kabinet

<http://www.technokrata.hu/biz/2015/01/27/bebukott-webaruhazak-de-mi-lesz-a-penzunkkel/>

(wikitech.hu, 2015. január 27., kedd)

## Hitelezés - Februártól életbe lép az aktualizált Magatartási Kódex

Idén februártól a korábbi helyett aktualizált Magatartási Kódex lép hatályba, amely minden, a felelős lakossági hitelezéshez szükséges, ám 2014-ben jogszabályba nem foglalt elvet, szabályt tartalmaz. A jogalkotó tavaly számos, a lakossági hitelezéshez kötődő fogyasztóvédelmi rendelkezést törvényekbe, rendeletekbe emelt, ezért vizsgálták felül a korábbi dokumentumot - olvasható az MNB és a Bankszövetség közös sajtóközleményében.

A lakossági hitelt, pénzügyi lízing- vagy faktoringszolgáltatást nyújtó pénzügyi intézmények ügyfelekkel szembeni tisztességes magatartásáról szóló Magatartási Kódex 2010. január 1-jén lépett hatályba azért, hogy megerősítse a lakossági hitelfelvevők és a hitelezők közti bizalmat. Az Országgyűlés és a kormány 2014-ben a Magatartási Kódex számos rendelkezését jogszabályokban szabályozta, ami szükségessé tette a dokumentum felülvizsgálatát. A Magyar Nemzeti Bank (MNB) és a Magyar Bankszövetség egyeztetése nyomán így 2015. február 1-jétől Aktualizált Magatartási Kódex lép hatályba, amely a tavaly jogszabályi szinten nem szabályozott rendelkezéseket tartalmazza.

Az eddigi Magatartási Kódexet aláíró pénzügyi intézményeknek - számuk meghaladja a 250 szolgáltatót, a lakossági hitelpiac bő 95 százalékát - nem kell újabb nyilatkozatot tenniük az önszabályozó dokumentumhoz való csatlakozásról; eddigi kötelezettségvállalásuk változatlanul tovább él. Az aktualizált Kódex szabályai révén a pénzügyi intézmények önkéntesen vállalják, hogy átlátható és felelős magatartást tanúsítanak lakossági ügyfeleik felé a hitelnyújtást (lízing-, vagy

faktoringszolgáltatást) megelőzően, a futamidő alatt, s az esetleges fizetési nehézségekkel kapcsolatos eljárásaikban is.

Az aktualizált Kódex előírásai kapcsán a pénzügyi intézmények belső üzletmenetükben is érvényesítik a transzparencia (közérthetőség, átláthatóság, a szükséges információkhoz való hozzáférhetőség), a szabályelvűség (a jogszabályoknak és a jó gyakorlatot elősegítő elvárásoknak megfelelő, szabályzatokban is rögzített hitelezői gyakorlat) és a szimmetria (az esetleges egyoldalú költségemelések mellett kedvezőbbé vált feltételek esetén költségcsökkentésekkel ezek hatását is érvényesíteni kell az ügyfeleknek) elveit.

A dokumentumot elfogadott pénzügyi intézmények egyetértenek azzal, hogy a jegybank a csatlakozottak (illetve érintett leányvállalataik és ügynökeik) körében ellenőrizze az aktualizált Kódex rendelkezéseinek betartását, s megállapításait, minősítéseit honlapján is megjelenítse.

Az aktualizált Kódexet elfogadó intézmények vállalják: a fogyasztók üzleti döntését befolyásoló kereskedelmi gyakorlatuk során ügyfeleiknek jelzik, illetve általános szerződési feltételeikben, üzletszabályzataikban is megjelenítik, hogy kötelezően alávetik magukat az önszabályozó előírásoknak. Szolgáltatásnyújtásban részt vevő ügynökeikkel és megbízottaikkal kötött szerződésben is előírják a dokumentumban foglaltak betartását.

Az aktualizált Kódex hatálya kiterjed az azt aláíró összes lakossági hitelezéssel, pénzügyi lízingsel foglalkozó pénzügyi intézményre, így kereskedelmi bankra, jelzálog-hitelintézetre, lakástakarékpénztárra, takaré- és hitelszövetkezetre, fióktelepre és pénzügyi vállalkozásra (lízing-, és faktorcégekre is), sőt a hiteltermékeket kínáló biztosítókra és nyugdíjpénztárakra is.

Az aktualizált Kódex a lakossági hitelezés kapcsán szabályozza a felelős hitelezés általános normáit; a szerződéskötés előtti hitelezői magatartás általános elveit; az ügyfelek fizetési nehézségének kezelése körében alkalmazandó eljárásokat; a végrehajtási eljárások előtt és alatt alkalmazandó elveket.

Kapcsolódó hírek

<http://profitline.hu/hircentrum/hir/326470/Hitelezes---Februartol-eletbe-lep-az-aktualizalt-Magatartasi-Kodex>

(profitline.hu, 2015. január 27., kedd)

## **Nem veszik be**

Megbírságolt „gyógyhatású” készítmények

**Hiába bünteti a Gazdasági Versenyhivatal sorozatban azokat a cégeket, amelyek jogosulatlanul ígérnek gyógyulást, a csodavárók fizetőképes piacától keveseket lehet eltántorítani.**

Könnyű jégre vinni a természettudományokban járatlan, az egészségmegőrzést vallásos buzgalommal gyakorló vásárlókat, mint ahogy a beteg emberek is intenzíven hinni akarják, hogy igenis van gyógymód a bajukra. Ők alkotják a legsérülékenyebb fogyasztói csoportot, rájuk kiemelten kell figyelni, érdekeiket megvédeni - szögezi le a Gazdasági Versenyhivatal valamennyi olyan határozatában, amelyekben bírságot szabott ki az alaptalanul gyógyhatást ígérő vállalkozásokra. Tavaly csaknem két tucat olyan eljárást zárt le a GVH (lásd táblázatunkat), amelyekben különböző „csodaszereket”, többségükben étrend-kiegészítőket forgalmazó cégek reklámozási, termékismertetési gyakorlatát ítélte törvénysértőnek. Az ügyben eljáró Versenytanácsnak viszonylag egyszerű dolga van. Nem kell értelmeznie, sem minősítenie a termék hatásosságát bizonygató, szofisztikált tudományos vagy áltudományos fejtegetések igazságtartalmát, a szabály egyszerű, és az uniós joggal egyező: élelmiszerről és étrend-kiegészítőről semmilyen körülmények között nem állítható, hogy betegséget előz meg, netán gyógyító hatása lenne.

Ennek ellenére minden második megbírságolt vállalkozás felülvizsgálatot kér a GVH döntése ellen. Közülük csupán kevesen járnak sikerrel a bíróságokon - derült ki a HVG kérdésére adott versenyhivatali válaszból. Most is élénk sajtóüzengetés folyik a GVH egyik legutóbbi ilyen döntése miatt: a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatért elmarasztalt HYD Rákkutató és Gyógyszerfejlesztő Kft. a 30 millió forintos bírság jogszerűségét vitatja. A Preventa néven csökkentett deutériumtartalmú ivóvizet árusító cég honlapja minden kritikát kiáll, hiszen palackozott vizük alatt jól olvasható felirat hirdeti: „illetékes hatóságok még nem ismerték el gyógyszerként, így ezeknek a hatályos jogszabályok szerint gyógyhatás nem tulajdonítható”. Ugyanakkor újságokban és televíziós műsorok kereskedelmi adásaiban sűrűn lehetett olvasni, hallani, hogy a deutériummegvonás daganatellenes hatású, és rendre beszámoltak a kedvező fogyasztói tapasztalatokról is.

A deutériummal kapcsolatos kutatásokban a Primus Capital kockázatitőkealap-kezelő is fantáziát látott, 2012-ben 400 millió forinttal szállt be a vállalkozásba. A cég az Új Széchenyi-tervből tavaly közel 17 millió forintos eszközbeszerzési támogatást is kapott egy negyedmilliárdos értékű termelőberuházás megvalósításához. A Versenytanács szerint a közvetett reklám, így akár a témáról szervezett tudományos konferencia is azt a célt szolgálja, hogy a termékről - ebben az esetben az ivóvízről - széles körben terjedjen annak daganatellenes hatása. Tegyük hozzá, senki sem adna a „közönséges” ivóvíz havonta szükséges adagjáért 60-90 ezer forintot, hacsak nem remél tőle komoly egészségnyereséget.

„Kik és milyen alapon kérdőjelezzik meg egy MTA-ösztöndíjasként 32 évesen kandidátusi fokozatot szerzett kutató tudományos munkájának eredményeit?” - duzzogott egy sajtóközleményben a HYD, vezetője és társtulajdonosa, Somlyai Gábor biológus érdemeit kiemelve. Ettől még tény, hogy a vállalkozás többszöri, sok éven át tartó próbálkozás ellenére sem tudta a deutériumcsökkentett vizet daganatellenes készítményként törzskönyveztetni. Hasonlóképpen gyűjtött be, ugyancsak januári dátummal, 25 millió forintos bírságot a speciális tápszerként forgalmazott Culevit tableta és italpor. A különleges táplálkozási célú élelmiszernek minősülő tápszer orvosi felügyelettel arra használható, hogy a beteg megfelelő mennyiségű és minőségű tápanyaghoz jusson. Jogsértő tehát azt állítani, hogy a terméknek gyógyító vagy betegségmegelőző hatása lenne. Ráadásul a Culevit Kft. sérülékeny, beteg fogyasztókat célzott meg reklámjával - indokolta döntését a GVH.

A tavalyi év legnagyobb, százmillió ilyen büntetését az azóta már felszámolás alatt lévő, svájci tulajdonban lévő Impulser-Trade Kft. érdemelte ki. A vállalkozás hőkamerás vizsgálatra toborozta a hiszékeny érdeklődőket, azt állítva, hogy az általuk használt „Flir A310” hőkamera alkalmas betegségek diagnosztizálására. „Ezzel a fájdalommentes eljárással a szív- és érrendszeri, vérkeringési problémák mellett egyes daganatos betegségek is korai stádiumban felismerhetők. Jöjjön el, ez életet menthet!” - szöveg a cég ügyféltoborzója. Csakhogy az alkalmazott kamera sosem volt orvostechikai eszköz, diagnosztikai képességekkel felruházni szimpla becsapás. Még akkor is, ha a vizsgálat ingyenes volt. A vállalkozás ugyanis nem a hőkamerás diagnózist vagy magát az eszközt árusította, hanem az általa forgalmazott, Impulser nevű mágneses terápiai készüléket. A gyógyászati segédeszközként legálisan árusítható eszközről azonban a használati leírásában nem szereplő, szinte csodatévő tulajdonságokat állítottak a „hőlátvánnyal” egybekötött bemutatásokon.

Azok sem hoztak jó döntést, akik bedőltek a Telestore Kft. hirdetésének, és megvásárolták a „csak most, csak önnek alkalmi áron” 80 ezer forintért kínált pulzáló mágneses terápiai készüléket. A „közel 60-féle betegségre” jó matrac csak a cég reklámjaiban orvostechikai eszköz, hivatalos papírja csupán arról volt, hogy az Egészségügyi Engedélyezési Hivatal felfüggesztette a forgalmazását. Mindazonáltal a GVH aligha győzi az „egészséget” árusító vállalkozók lefülelését. Egy-egy verdikt kimondását többnyire egy évig is eltartó vizsgálat előzi meg. Ezért azt ajánlja, hogy a vásárlók is legyenek résen: körültekintőbben, tudatosabban döntsenek, mielőtt pénzt adnának a vágyott gyógyulásért.

GÁTI JÚLIA

(HVG, 2015. január 31., szombat, 52-53. oldal)

## **Van benne valami?**

**Számos speciális vizet lehet kapni a piacon. Ilyen a Preventa néven futó deutériumszegény ivóvíz is, melynek forgalmazóját január 12-én a Gazdasági Versenyhivatal (GVH) harmincmillió forintra büntette.**

A Gazdasági Versenyhivatal megállapítása szerint a HYD Rákkutató és Gyógyszerfejlesztő Kft. jogsértő módon nevezte betegségmegelőző, gyógyító hatásúnak a Preventa termékeket, s meg is tiltotta e „jogsértő magatartás folytatását”. Noha a cég termékek megnevezése nélkül ismertette a deutériumszegény (vélelmezett) gyógyhatásait, illetve a csökkentett deutériumot tartalmazó termékek betegségek megelőzésére, gyógyítására vagy kezelésére vonatkozó tulajdonságait, ám a GVH szerint az érintett fogyasztók előtt világossá vált: objektív kapcsolat van a Preventa vizek és a deutériumszegény között, s ez megalapozza a HYD-dal szemben a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat vádját.

A HYD termékei sem természetes ásványvíznek, sem különleges táplálkozási célú élelmiszernek nem minősülnek, és bár a cég többször kezdeményezte, hogy a Gyógyszerészeti és Egészségügyi Minőség- és Szervezetfejlesztési Intézet Országos Gyógyszerészeti Intézete törzskönyvezzék és engedélyezze a vízkészítmények forgalomba hozatalát, ezt rendre elutasították.

Igen ám, teszi hozzá a már e hírtől is megszomjazott fogyasztó, de mi a fene az a deutérium?

## **Még egy, még egy neutron**

Talán távoli kémiai tanulmányaikból is emlékezhetnek rá, hogy a hidrogén atommagjában alapesetben egyetlen protont tartalmaz, melyet egy magányos elektrontól álló elektronfelhő vesz körül. Igen ám, de a hidrogén egyes tömegszámú változatán felül két izotópja is létezik: az egy proton és egy neutron felállású atommaggal bíró stabil deutérium, no és az atommagjában két bónusz neutron is rejtő instabil radioaktív trícium (melyet az atomfizikában és magkémiai járatlan olvasóink is jól ismerhetnek a Pókember 2. című filmalkotásból). A nehézhidrogénnek is nevezett deutériumot 1931-ben fedezte fel Harold Urey amerikai izotópkutató, 1934-ben meg is kapta érte a Nobel-díjat. Hipotézisek szerint a deutériumnak kulcsfontosságú szabályozó szerepe volt az univerzum kialakulásának kezdeti időszakában – kábé az első húsz percében. Ahogy az ősrobbanást követően folyamatosan hűlt a fiatal világegyetem (néhány percről beszélünk!), úgy képződtek a többségben lévő protonokból és a kisebbségben lévő neutronokból összetettebb atommagok, s ebben az első lépcső a deutérium létrejötte volt – vagy inkább lett volna. Csakhogy deutériumból komoly hiány mutatkozott, és ez garantálta, hogy univerzumunk későbbi évmilliárdjai alatt elég hidrogén maradjon az olyan csillagok, mint a mi éltető napunk fűtéséhez. Amúgy a deutérium nagyjából állandó aránya a világegyetem hidrogénkészletén belül egy újabb bizonyíték a Big Bang elmélet mellett – annyi biztos, hogy azóta jóval kevesebb deutérium keletkezett, mint ami elpusztult, többek között a csillagokban zajló fúziós folyamatokban. No, de a deutérium is vegyületei formájában érdekes számunkra: már a természetben is főleg a sima hidrogénnel (próciummal) alkotott molekulájában fordul elő, ahol víz van, abban mindig akad deutérium is, hiszen pontosan olyan kötést hoz létre oxigénnel, mint könnyebb izotóppárja. A fizikusok már a harmincas években rájöttek arra, hogy a deutériumban gazdag úgynevezett nehézvíz (amelyben legalább az egyik hidrogénatom deutérium) ideális moderátor, a könnyűvízhez képest is pont a megfelelő ütemben és arányban nyeli el a neutronokat – azóta számít stratégiai fontosságú nukleáris nyersanyagnak, melyet nagy mennyiségben gyártanak. Ráadásul a nehézvízes reaktorokban nem szükséges dúsított urán nyersanyagot használni – a közben keletkező plutónium viszont még

többféle célra (bizony, bombagyártásra is) felhasználható. De használják tisztán tudományos programokban is, hiszen alkalmas az amúgy nehezen kimutatható neutrínók detektálására. A természetben 3200 normál vízmolekulára jut egy olyan, amiben legalább az egyik hidrogén nehezebb – ez az úgynevezett félnehézzvíz (képlete is HDO) –, a tisztán deutériumot tartalmazó vízmolekulák ugyanis rendkívül ritkák, s 41 millió „normál” vízmolekulára jut egy D<sub>2</sub>O. A deutériumban gazdag nehézvizet elektrolízissel, desztillációval és más ravasz fizikai-kémiai trükkökkel választják el (kihasználva, hogy egy molekula máshogy viselkedik reakcióiban, ha egyik atomját annak nehezebb izotópjára cserélik). A nehézhidrogénben gazdag anyagok, például a nehézvíz élettani tulajdonságait régóta vizsgálják – a hidrogén esetében ugyanis minden más elemnél jobban érvényesül, hogy az eltérő izotópot tartalmazó vegyületeknek más kémiai tulajdonságaik vannak. Ez a különbség ugyanis a legtöbb elemnél elhanyagolható, de a hidrogénnél pont nem: a kötési energiákból adódó különbség sokkal jelentősebb a különböző hidrogénizotópok között. S eme izotópeffektusból adódó különbség szinte megsokszorozódik az apró változásokra is érzékeny, jórészt vizes oldatokból álló élő rendszerekben. A deutériumban gazdag víz képes megnyújtani az élővilágban kulcsfontosságú 24 órás ciklusokat, sok enzimátikus folyamatot pedig egyszerűen blokkol. De ami a legmeghökkenőbb tulajdonsága, hogy gátolja az eukarióta sejtek osztódását. A növények nem nőnek tovább, a magok nem csíráznak ki, ha nagyobb koncentrációjú deutériumos vizet kapnak – 50 százalékosnál töményebb nehézvíz pedig egyszerűen megöli őket. Állatoknál a tömény nehézvíz ugyanilyen gyilkos lehet, de már 25 százalékos koncentráció esetén akár maradandó sterilitás alakult ki egereknél, patkányoknál és kutyáknál. Ráadásul a deutérium még gyilkosabb hatású a malignáns (azaz rákos sejtek) esetében, csak éppen az a probléma, hogy túl nagy koncentrációt igényelne egy ilyen kúra, s az így kezelt emlősök vagy akár emberek élete ugyanolyan okokból (a csontvelő és a bélfunkciók alulműködése) kerülne veszélybe, mint a kemoterápián átesettek.

## Menteset?

Igen ám, de ezek után még meghökkenőbb a most megbüntetett cég és társai azon törekvése, hogy szinte minden nehézvizet, azaz jőszerével az összes deutériumot távolítsuk el az ivóvízből, és ezzel gátoljuk meg daganatok kialakulását. A fentiek ismeretében ugyanis egy ilyen mechanizmus legalábbis magyarázatra várna – habár a deutériummentesítés (sokszor orvosi és más tudományos háttérű) hívei váltig állítják, hogy komoly eredményeket értek el a terápia megelőző erejének bizonyításában. Kár, hogy ezt a tudományos szakmai közvélemény, illetve intézmények (mint nálunk a gyógyszerészeti intézet) nem igazán veszik figyelembe, annál is inkább, mert egy ilyen hipotetikus mechanizmus plauzibilis magyarázata hiányzik. A deutériumdepléció (ahogy a mentesítést hívják) pozitív tulajdonságai közül mindösszesen azt sikerült igazolni, hogy az így keletkezett víz nem toxikus hatású – ami persze nem meglepő. Hivatkoznak in vitro eredményekre és állatkísérletekre, melyek azt igazolnák, hogy a deutériummentes víz leállítaná a tumorsejtek növekedését és szaporodását – amiből persze az következne, hogy sok deutérium ugyanazt a hatást váltaná ki, mint a kevés (s tenné mindezt tudományos magyarázat nélkül).

Egzotikumként említenénk, hogy orosz kutatók, akik különösen buzgók a deutériummentesítés propagálásában, azt indítványozták, hogy a jövő bolygóközi utazásai során, ahol az űrhajósok hosszú ideig lesznek kitéve különösen erős ionizáló sugárzásnak, fogyasszanak teljesen deutériummentes vizet, s így csökkentsék a sugárzás által indukált daganatok kialakulásának kockázatát. Most hirtelen azt mondanánk erre: a Mars felé vezető hosszú úton aligha a víz minősége jelenti majd a legnagyobb problémát.

(Magyar Narancs, 2015. január 29., csütörtök, 24-25. oldal)

## A cég válaszol

A HYD a GVH döntésére reagálva közölte az MTI-vel: álláspontjuk szerint a versenyhivatal vitathatóan ítélte meg azt, hogy a tudományos eredmények ismertetése és a kutató személyének megjelenítése közvetve a Preventa termékek értékesítésének fokozását szolgálták, így ezek sértik az élelmiszerekkel kapcsolatos reklámtilalmakat. A kiszabott bírságot olyan jelentős mértékűnek ítélik, ami a társaság működését, a további kutatásokat, fejlesztéseket teljesen ellehetetlenítheti, és elveheti a lehetőségét a humán felhasználásra szánt gyógyszerkészítmény törzskönyvezésének is.

Hangsúlyozzák továbbá, hogy egy korábbi GVH-vizsgálat nyomán a hivatal által előírt módon alakították át kereskedelmi kommunikációjukat, ez azonban a hivatal versenytanácsának mégsem felel meg. Ezek szerint a korábbi határozat többféle módon is értelmezhető, nem adott világos, egyértelmű támpontot, iránymutatást a cég jövőbeli kommunikációját illetően, így szinte bármikor újabb bírság róható ki rá, amely sértheti a tisztességes eljáráshoz való jogot és jogbiztonságot.

(Magyar Narancs, 2015. január 29., csütörtök, 24. oldal)

## **Lényegében nem tudod korlátozni a reklámokat**

A digitális korban nem lehet elbújni a reklámok elől, inkább az a kérdés, mennyire személyre szabottan kapjuk ezeket. Az adatvédelmi világnap alkalmából kérdeztük a Direkt és Interaktív Marketing Szövetséget. Email és internethasználók, sőt aggódó szülők is hasznos tanácsokat olvashatnak cikkünkben.

Január 28-ika az Adatvédelem Világnapja. Ez alkalomból kérdeztük a Direkt és Interaktív Marketing Szövetséget a legújabb trendekről és az alapvető tudnivalókról, ha fogyasztóként meg akarjuk védeni személyes adatainkat vagy éppen a gyerekünk adatait. Az emailen feltett kérdéseinkre Benkő Lívia, a Direkt és Interaktív Marketing Szövetség főtitkára, valamint jogi partnere a Dr. Hatházi Vera Ügyvédi iroda válaszolt.

Melyek a direkt marketing adatvédelmi szempontból pengeélen tócoló, legújabb trendjei? A hétköznapi fogyasztó mely eszközök használata, mely tevékenységek közben találkozhat vele?

Egy neves történész professzor, Melvin Kranzberg az alábbi idézetet mondta még jóval a közösségi oldalak és a digitális technológiák robbanása előtt: "Technology is neither good nor bad; nor is it neutral

." (A technológia se nem jó, se nem rossz, se nem semleges.)

Az idézet jól mutatja azt a kettőséget, mely meghatározza napjainkat. Nagyon izgalmas kort élünk, egyfajta forradalom van kibontakozóban az új technológiáknak köszönhetően. Szektortól függetlenül mindig is lesznek sajnos olyan cégek, akik nem a törvényes keretek között működnek, nem tartják be a jogszabályokat, akik kimondottan spamelést és adathalászatot végeznek. És léteznek olyan piaci vállalkozások, melyeknek célja, hogy a márka és a vásárló között valódi bizalom alakuljon ki: a fogyasztó az érdeklődésének megfelelő reklámot kapjon, a márka pedig olyan embereknek küldje el az üzeneteit, akik potenciális vásárlói lehetnek, érdeklődés van bennük termékük, szolgáltatásuk iránt.

Az Internet of Things

egyre népszerűbb, a kifejezés alatt pedig olyan okoseszközöket értünk, melyek adatot képesek továbbítani: ezek az órától, hűtőszekrénytől át bármilyen eszközök lehetnek. Az okospárna például alvási szokásainkról gyűjthet adatokat és ezek összesítésével, analizálásával az alvászavarokat lehet kezelni és hatékony tanácsot adni. Magyarországon még nem annyira elterjedt az Internet of Things jelenléte, de promóciókban már látható az okosórák népszerűsítése.

A közösségi oldalak megjelenésével új lehetőségek nyíltak ki előttünk, nem egyedül a Facebookról beszélhetünk, hiszen utazások alkalmával rengeteg olyan csatornát használhatunk, melyek megkönnyítik utazásunkat és akár olcsóbbá, izgalmasabbá tehetik: applikációk segítségével féláron foglalhatunk repülőjegyet, az EatWith és a Cookening közösségi oldalak segítségével helyieknél ehetünk.

A fogyasztóknak minden eddigénél tudatosabbnak kell lenniük, nem egyedül ház és lakásvásárlásnál kell elolvasni a szerződést. A "paid by data" kifejezés arra utal, hogy semmi sincs

ingyen, azok a szolgáltatások, melyekért nem kell fizetni, azoknál az adatainkkal "fizetünk". Bármilyen regisztrációnál éppen ezért érdemes elolvasni a szerződési feltételeket, beszéljünk applikáció letöltéséről, hírlevél feliratkozásáról.

Az okoseszközök, közösségi oldalak megjelenése mellett pedig egy harmadik fontos trendről beszélhetünk, ez pedig a Big data, a különböző forrásból nagy mennyiségben és gyorsan érkező adatok összekapcsolása. Nem egyedül a marketing szakmában használják, az ENSZ külön bizottságot hozott létre, mely a fenntartható fejlődés kapcsán vizsgálja az adatok használatát, Barack Obama amerikai elnök pedig a Kongresszust kérte fel, hogy 90 nap alatt készítsen tanulmányt a Big data hatásáról a társadalomra, a közigazgatásra. Ebben a tanulmányban említik például a Green Button kezdeményezést, melyhez bárki csatlakozhatott: egy applikáció segítségével háztartási eszközök energia fogyasztásáról érkeztek információk szolgáltatókhoz, akik javaslatot adtak ezután arra, hogy milyen módon csökkentse a család az energia fogyasztását.

Igaz az, hogy az ingyenes levelező programok, közösségi oldalak szkennelik a levelezések tartalmát, a címlistát, beállításokat stb. és ezeket marketing célokra használják? Ha az ember ingyenes levelezőprogramokat használ, van-e annak bármilyen módja, hogy letiltsa/korlátozza az ilyen tevékenységeket, vagy ez a legtöbb esetben az alapfeltétele a szolgáltatás használatának?

A levelező programok, közösségi oldalak valóban használják a felhasználók adatait marketing célból: a felhasználók által megadott adatokból, illetve a felhasználók tevékenységeiből kinyert adatok segítségével készítenek személyre szabott hirdetéseket.

A személyre szabott hirdetések lényege, hogy a felhasználónak mint egy célközönség tagjának az érdeklődési körei, kora, neme, tartózkodási helye szerint küldenek reklámot. Ez bizonyos szempontból a reklámozó és a fogyasztó érdekét is szolgálja. A felhasználó olyan hirdetéseket láthat, amelyek érdekesek, hasznosak lehetnek számára, a reklámozó pedig hatékonyabban érheti el a célcsoportját.

A marketing célú adathasználat nem alapfeltétele a szolgáltatások használatának, ezekről a felhasználóknak bármikor lehetősége van leiratkozni vagy módosítani az adataikhoz való hozzáférést. A leiratkozásokra általában az oldalak adatkezelési, illetve hirdetési beállításainál van lehetőség.

Az adatok marketing célú használatának letiltása azonban nem jelenti azt, hogy az adott oldalon eltűnnek a reklámok is. Az ingyenes oldalak bevételeinek nagy részét a reklámdíjak jelentik, így az adatfelhasználás letiltása esetén is kapni fogunk hirdetéseket, csak nem feltétlenül az érdeklődésünknek megfelelőket.

Ha az ember fizetős levelezési programot használ vagy fizet egy közösségi oldal használatáért (pl. LinkedIn fizetős), akkor kivédi az előző kérdésben leírt problémákat?

A fizetős levelezési programok, közösségi oldalak használata nem feltétlenül jelent megoldást. Mivel a személyre szabás a reklámozó érdeke, így akár ingyenes, akár fizetős felületen reklámoz, a cégközönségét próbálja minél hatékonyabban elérni, így nagy eséllyel használják a személyre szabás lehetőségét.

Természetesen a fizetős oldalakon is lehetősége van a felhasználóknak adataik felhasználhatóságának beállítására.

A fizetős oldalakon az jelenthet különbséget, hogy mivel a tagdíjából, szolgáltatási díjából is bevételre tesznek szert, kevesebb reklámot tesznek közzé oldalunkon.

Marketinges szemmel mik lehetnek azok a nagyszerű dolgok, amelyekről a felhasználó/fogyasztó lemarad, ha minden elektronikus felületen a legmagasabb szintű biztonsági beállításokat állítja be?

Az IBM Institute for Business Value tanulmánya alapján a fogyasztók 41%-a szerint fontos, hogy az üzlet korábbi vásárlásaik alapján személyre szabott ajánlatokkal keresse meg. Alapvetően olyan típusú marketing megkeresésekről kell beszélnünk, melyekhez a fogyasztó hozzájárulását adta. Hírlevelekből, eDM-ből értesülhetünk arról, ha kedvenc boltunkban leárazás vagy promóció van, üzleti közösségi oldalakon (pl. LinkedIn) szeretné valaki felvenni velünk a kapcsolatot. Az e-mail kiszolgálók folyamatos fejlesztéseinek köszönhetően pedig ezek a kereskedelmi jellegű emailek is rendszerezve érkeznek, a Gmailen például már külön tabok vannak az elsődleges, a közösségi és a promóciós leveleknek. A spamszűrők működéséről a spamek kivédéséről pedig egy kisokost készítettünk a fogyasztóknak.



A közösségi oldalakon a legmagasabb biztonsági beállításokat javasoljuk, mi magunk dönthetünk arról, hogy az egyes képeket, bejegyzéseket nyilvánossá tesszük, vagy egy kisebb csoportnak mutatjuk meg.

Összességében tehát használjuk bátran a közösségi oldalakat, iratkozzunk fel az érdeklődési körünknek megfelelő tartalomra, de tudatosan kezeljük adataink kiadását és megosztását.

Egy dán fogyasztóvédelmi szervezet kihagyhatatlan filmje: a bolti eladó olyan privát dolgokat kérdez a vásárlóitól, amilyeneket az appok szoktak "begyűjteni".

Angolul és dánul van

Mi az a három legfontosabb dolog, amelyet a fogyasztónak meg kell tennie ahhoz, hogy védje személyes adatait a marketing célú adathalászoktól?

Először is, használjunk a böngészőben az adathalász (phishing) szűrőt! A legtöbb böngésző rendelkezik adathalász elleni védelemmel, érdemes ellenőrizni biztonsági beállításainkat, hogy valóban be van-e kapcsolva a funkció. A szűrő értesít bennünket, ha veszélyes oldalt észlel, így a veszélyesnek minősített oldalak mellőzésével már sok adathalász veszélytől mentesülünk.

A mindennapi internetezésünk során legyünk tudatosak.

Ha látunk egy gyanús e-mailt, Facebook posztot, amit sok ismerősünk lájkolt, először mérlegeljünk, hogy nem adathalász cikkről, videóról van-e szó. Egy másik veszélyforrást jelentenek az adathalász hamis felhasználók vagy applikációk (pl. "Nézd meg, hogy ki nézte meg az adatlapodat!"). Soha ne igazoljunk vissza olyan embereket, akiket nem ismerünk, illetve ne lájkoljunk gyanús applikációkat.

Amennyiben gyanúnk merül fel egy internetes tartalommal kapcsolatban, feltétlenül tájékozódjunk. Facebook ismerős esetén pl. nézzük meg a közös ismerősöket, a fényképeket, ismerősök számát, ezek az adatok már önmagukban árulkodóak szoktak lenni. Amennyiben egy weboldal szokatlan módon adatokat kér tőlünk, győződjünk meg az általunk ismert oldalon (pl. bankunk hivatalos oldalán), hogy biztosan nem adathalász oldalról van-e szó.

Miért van az, hogy az újszülöttek kb. három hónapos korától elárasztják a kismamákat/gyerekeket marketing küldeményekkel? Törvényesen kik és milyen marketing célra használhatják fel a gyerekek adatait? Mit lehet tenni, ha a szülő meg akarja akadályozni gyermeke adatainak marketingcélú használatát?

A polgárok személyi adatainak és lakcímének nyilvántartásáról szóló 1992. évi LXVI. törvény alapján a név, lakcím és értesítési cím adatok szolgáltatását bármely polgár, illetve jogi személy és jogi személyiséggel nem rendelkező szervezet a felhasználás céljának és jogalapjának igazolása mellett jogosult kikérni érdekérvényesítési, kutatási vagy üzletszerzési célból.

A törvény 19. §-a alapján az újszülött adatainak nyilvántartásba vételét követően kilencven napig egyáltalán nem küldhető marketing küldemény a szülők részére, a törvény emellett lehetőséget ad arra a szülőknek, hogy már közvetlenül gyermekük születése után letilthassák gyermekük adatainak marketing célú felhasználását.

Nyitókép: Charles Fettinger, Flickr

<http://tudatosvasarlo.hu/cikk/lenyegeben-nem-tudod-korlatozni-reklamokat>

(tudatosvasarlo.hu, 2015. január 28., szerda)

## Étrend-kiegészítőket bírságolt a GVH

A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) jogsértést állapított meg a Vitabalans Kft. és Vitabalans Oy vállalkozás Lacto Seven és Lopacut 2mg termékeinek reklámozásával kapcsolatban. A jogsértés elkövetéséért 10.840.000 forint bírságot szabott ki a GVH.

A GVH döntése szerint a Vitabalans Kft. és a Vitabalans Oy 2011. július 1. és 2013. szeptember 5. közötti egyes reklámjaiban megtévesztő kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, mert a Lacto Seven étrendkiegészítő termék egészségre gyakorolt hatására vonatkozó állításai nem feleltek meg az ágazati szabályokban megjelenő reklámozási rendelkezéseknek. A reklámok azt az üzenetet

közvetítették, hogy a termék hét olyan baktériumot juttat a szervezetbe, amelyek jótékonyak, hasznosak az emésztőrendszer számára, s jó közérzetet, immunerősítést, az egészséges bélflóra fenntartását eredményezi, ám a vállalkozások nem tudták igazolni ezen állítások valóságtartalmát.

A GVH továbbá megállapította, hogy a vállalkozások 2013 januárjától márciusáig jogsértő reklámtevékenységet folytattak, amikor a Bors, a Blikk és a Blikk Egészség egyes számaiban közzétett reklámokban nem határozták meg egyértelműen, hogy a Lopacut 2mg termék gyógyszer. Az ágazati törvény ugyanis előírja, hogy gyógyszerértékesítésről vény nélkül is kiadható és társadalombiztosítási támogatásban nem részesülő gyógyszerek reklámozása csak akkor szabályos, ha a reklám egyértelművé teszi, hogy a reklámozott termék gyógyszer.

A GVH a bírság kiszabásakor a kommunikációs eszközök költségeire alapozott. Súlyosító körülményként értékelte többek között, hogy - a jogsértő kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók széles körét érte el, illetve időben elhúzódott, - a jogsértéssel érintett termék bizalmi termék.

Enyhítő körülményként értékelte a GVH, hogy a vállalkozások a jogsértő kommunikációt a jogszabályváltozásokat követő ún. átmeneti időszakban tették közzé.

A bírságfizetési kötelezettség egyetemlegesen terheli a két vállalkozást. A fentiekben túl a GVH megtiltotta a jogsértő magatartás további folytatását. A GVH ismételten felhívja a figyelmet arra, hogy - étrend-kiegészítő termékek, így probiotikus készítmények reklámozásakor a vállalkozásoknak szem előtt kell tartaniuk a fogyasztóvédelmi rendelkezéseken túl az élelmiszerek reklámozására vonatkozó ágazati jogszabályokat is, így egészségre vonatkozó hatásról szóló állítás csak szűk keretek között, a szigorú európai normáknak megfelelően fogalmazható meg, igazolva a megfelelést az ágazati szabályoknak,

- a gyógyszerértékesítésről vény nélkül is kiadható és társadalombiztosítási támogatásban nem részesülő gyógyszerek reklámozása csak akkor szabályszerű, ha a reklám alapján egyértelmű, hogy a reklámozott termék gyógyszer.

Az ügy hivatali nyilvántartási száma: Vj/69/2013.

[http://www.elelmiszer.hu/cikk/etrend\\_kiegeszitoket\\_birsagolt\\_a\\_gvh](http://www.elelmiszer.hu/cikk/etrend_kiegeszitoket_birsagolt_a_gvh)

(elelmiszer.hu, 2015. január 28., szerda)

## **Szerkesztői jegyzet: Te a vásárlásaiddal támogatod az áfacsalókat?**

Az elmúlt napokban bemutatóterem.hu áruházaival kapcsolatos NAV akciótól volt hangos a sajtó, melynek kapcsán sok kérdés felmerülhet a tudatos fogyasztóban.

- Hogyan lehet az árösszehasonlító oldalakon mindig ott lenni a legolcsóbb ajánlatok között? Hát úgy, hogy a te terméked ára olcsóbb, mint a másiké. És hogyan lehet olcsóbb? Úgy, hogy vagy lemondasz a haszon egy részéről, vagy pedig olcsóbban szerzed be. – leegyszerűsítve ez a gondolatmenet alapozhatta meg az elmúlt napok történéseit, mint következményt.

Az elmúlt években ugyanis sokan, akik jövedelmünk elköltését optimalizálni szeretnénk volna, a legolcsóbb ajánlatokkal élve vásároltunk például a bemutatóterem.hu webáruházában is. Igen, még én is, emlékszem, öt évvel ezelőtt itt vettük a hűtőszekrényünket, lévén közel is volt a bolt hozzánk, ráadásul egy tízessel olcsóbb is volt a hűtő, mint bárhol máshol.

Hogyan lehet ennyire olcsó?

Nyilvánvalóan úgy, hogy az előbb felvázolt modellből az utóbbit, tehát az olcsóbb beszerzési forrást választja a kereskedő, mely ez esetben – a NAV közleménye szerint – a már bevett szokás szerint papíron Szlovákián keresztül utaztatós, uniós tagállami áfázás miatt lett olcsóbb. Na de álljunk meg egy pillanatra!

A bemutatóterem.hu, illetve elődje, a .net-es domain 2009. januártól él, tehát körülbelül hat éve működik rajta webáruház. Hat év alatt - a NAV közleménye szerint - 81 milliárd forint értékben adtak el árut, mely közben valószínű, hogy több versenytársnak is szemet szúrhattak az arcpirítóan alacsony árak. Ahogyan nekünk, vásárlóknak is.

Még mielőtt rátérnénk arra, hogy az ilyen eseteket illetően hol van, vagy van-e egyáltalán felelőssége a fogyasztónak, azért beszéljünk egy kicsit erről a 27 százalékról, az áfáról. Egy két-háromszázezer forintos terméknél akár 80.000 Ft-ot, a bruttó ár több mint 20 százalékát teszi ki az áruforgalmi adó, mely egy olyan piacon, ahol átlagosan 5-6 % haszonnal dolgoznak a kereskedők, igencsak csábító. Főleg úgy, hogy ha ezt még ki is számlázza szépen az eladó, azt előzetesen, papíron más, külföldi cégektől "vásárolva" visszaigényli az államtól. Ezzel a technikai művelettel pedig átlagos profit négy-ötszörösét teheti zsebre, miközben ő tud a legolcsóbb lenni a piacon. Azaz haszon, amiről "lemond", az igazából az államnak járó – már általa előzőleg visszaigényelt - adó, emiatt kerül olcsóbbra a termék.

A pénzzel szavazol!

Tudatos fogyasztóként azonban felmerülhet a kérdés, hogy nekünk, vásárlóknak milyen szerepünk van abban, hogy az ilyen és hasonló "üzleti modellel" dolgozó cégek vezetőit úgynevezett "extraprofit" juttatjuk? "Semmilyen" – hangozhat el sokunkban a csuklóból érkező felelősségelhárítás, mely ártatlan fogyasztóként – akinek az elődleges célja a jövedelmünk optimális elköltése – így is van. Csakhogy van itt más is: például a garancia. Hiába hazai nagyáruház, a mai napig számtalan hipermarket polcain találunk olyan elektronikus eszközöket, melyek a gyártó tájékoztatása szerint soha az életben nem voltak hivatalosan forgalmazva Magyarországon, ezzel sok esetben felvetve a gyanúját a környező országokkal való "áfa-biznisznek". Ezek a termékek azonban sok esetben kizárólag "EU-garanciával" rendelkeznek, melyek – gyártónként eltérő mértékben, de azért – okozhatnak nehézséget az érvényesítésben.

Tehát összességében fogyasztóként mit csinálunk? Sokszor párezer forintért megkárosítjuk az államot, kicsit a gyártót is, akinek a termékét vesszük, és ha garanciális ügyintézésre kerülne a sor, akkor magunkkal is kiszúrunk, lévén hosszabb és bonyolultabb folyamatnak nézünk elébe ilyenkor. Ugyanakkor ebben a modellben még mindig két olyan szereplő van, aki nagyon jól jár: egyrészt az ilyen modellek felett álló "vállalkozó", illetve maga a gyártó, akinek igazából végső soron talán mindegy is, hogy miként, csak el akarja adni a terméket, melyből profitja származik. Még akkor is, ha pár kellemetlen garanciális ügy keletkezik az ilyen esetekből.

Hogy kerülhetjük el ezt a jövőben? Lehetőség szerint minden esetben utánanézzünk a gyártó honlapján, vagy ügyfélszolgálatán annak, hogy a termék volt-e hivatalosan forgalomban Magyarországon, illetve a garancia mire és hány évre terjed ki és hol érvényesíthető!

Az állam felelőssége is

Miután megállapítottuk, hogy nekünk is és az ilyen "üzleti modellel" dolgozó áruházaknak is van felelősségük az ilyen ügyekkel kapcsolatban, ne legyünk álszentek, beszéljünk kicsit az állam felelősségéről is. Én még egy darab fogyasztóvédelmi, vagy adóhatósági tájékoztatót, reklámot, kampányt nem láttam arra vonatkozóan, hogy valamiféle tudatosságot neveljünk a népbe a fogyasztást és az ezzel járó veszélyeket illetően. Sőt, mondok jobbat: volt már cég – anno történetesen egy partnerünk -, aki saját pénzből indított "tisza forrásból" kampányt, ők pár év után lehúzták a rolót. Senkinek nem kellett a drágább, de jobb támogatással és ily módon tiszta, fehér termék, mindenki megvette inkább az olcsót, "okos" szoftverrel, máshonnan.

Ha a fejtől megvizsgáljuk azt a bizonyos halat, akkor hamar rájöhethetünk, hogy a részben a gazdasági válság miatt használt jelenlegi 27 százalékos áfa-kulcs fenntarthatatlan. Egyrészt az ilyen eseteknél ösztönzi a kockázatvállalást, másrészt pedig miután mindenki minden után úgyis befizeti, így azt a gondolkodást és morált erősíti, ami a "mindegy, hogy honnan van a pénz, úgyis befizeted az áfában az adót" modellre épül. Ezen a fronton is érdemes lenne elgondolkozni egy kicsit, még mielőtt olcsóbb lesz a dedikáltan szlovák webshoppból megrendelni és postázni a termékeket – ezáltal kinyírni a hazai kiskereskedelmet -, mint itthon kifizetni az áruforgalmi terheket. Már akinek persze...

<http://www.technokrata.hu/www/2015/01/28/szerkesztoi-jegyzet-te-a-vasarlasaiddal-tamogatod-az-afacsalokat/>

(wikitech.hu, 2015. január 28., szerda)

## Még mindig sok a termékbemutató átverés

Nyugdíjasklubokban tart felvilágosító előadásokat a fogyasztóvédelem.

Soha nem kötelező vásárolni.

Egy éve vezették be azt a módosítást, amely szerint a termékbemutatókat 15 nappal előre be kell vezetni. Ennek fő célja az volt, hogy a hatóság minél több ilyen rendezvényről értesüljön. Az intézkedés azonban nem hozott eredményt, továbbra is túlnyomórészt hamis ígéretekkel, méregdrága, használhatatlan cikkekkel csalogatják az embereket, főleg az időseket.

A gond leginkább azzal van, amikor egy termékbemutatón kizárólag névre szóló meghívóval lehet részt venni, ilyenkor a hatóság munkatársa úgy tud részt venni, ha felfedi kilétét, de ezzel nyilvánvaló lesz, hogy ellenőrzés zajlik – mondta Kathi Attila, a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság kabinetvezetője a Kossuth rádióban.

Az agresszív kereskedelmi gyakorlatot törvény tiltja, de ennek megítélése már a jogalkalmazó feladata. Egyértelmű például a jogszabálysértés, ha a bemutatón pszichés nyomásgyakorlás folyik, például az hangzik el, hogy ha valaki nem veszi meg a terméket, a következő karácsonyt már nem éli meg, vagy az esemény végén úgy érzi a résztvevő, hogy muszáj vásárolnia, amiért elvitték kirándulni és ebédet is kapott.

A fogyasztóvédelem nyugdíjas klubokban, közösségi házakban próbál olyan prevenciós előadásokat tartani, melyeken arról igyekszik meggyőzni az időseket, hogy nem kötelező elmenniük a bemutatókra és ha elmennek, nem kell vásárolniuk azokon, semmivel sem tartoznak, ha ezt nem teszik meg. A felvilágosításra szükség van, mert tavaly jóval ezer fölött volt a panaszok száma.

Ha valaki vásárolt, de meggondolja magát, tizennégy napon belül mindenféle indoklás nélkül elállhat az ügylettől. A vállalkozó köteles információt közölni a panaszügyintézés menetéről és a visszaküldés helyéről. A határidő letelte után a szavatossági és jótállási jogok élnek, ha a termék valójában nem rendelkezik azzal a tulajdonsággal, amivel meghirdették. Elsősorban viszont a szerződéskötést kell alaposan átgondolni.

<http://fn.hir24.hu/gazdasag/2015/01/29/meg-mindig-sok-a-termekbemutato-atveres/>

(hir24.hu, 2015. január 29., csütörtök)

## Februártól hatályos az aktualizált banki magatartási kódex

Idén februártól a korábbi helyett aktualizált magatartási kódex lép hatályba, amely minden, a felelős lakossági hitelezéshez szükséges, ám 2014-ben jogszabályba nem foglalt elvet, szabályt tartalmaz - olvasható a Magyar Nemzeti Bank (MNB) és a Magyar Bankszövetség keddi, közös közleményében.

Az eddigi magatartási kódexet aláíró pénzügyi intézményeknek - számuk meghaladja a 250 szolgáltatót, a lakossági hitelpiac bő 95 százalékát - nem kell újabb nyilatkozatot tenniük az önszabályozó dokumentumhoz való csatlakozásról; eddigi kötelezettségvállalásuk változatlanul tovább él.

Az aktualizált kódex szabályai révén a pénzügyi intézmények önkéntesen vállalják, hogy átlátható és felelős magatartást tanúsítanak lakossági ügyfeleik felé a hitelnyújtást (lízing-, vagy faktoring szolgáltatást) megelőzően, a futamidő alatt, és az esetleges fizetési nehézségekkel kapcsolatos eljárásaikban is - olvasható a közleményben.

A szervezetek hangsúlyozzák, hogy a jogalkotó tavaly számos, a lakossági hitelezéshez kötődő fogyasztóvédelmi rendelkezést törvényekbe, rendeletekbe emelt, ezért vizsgálták felül a korábbi dokumentumot.

A magatartási kódex 2010. január 1-jén lépett hatályba azért, hogy megerősítse a lakossági hitelfelvevők és a hitelezők közti bizalmat - emlékeztet a jegybank és a bankszövetség.

Az aktualizált kódex előírásai alapján a pénzügyi intézmények belső üzletmenetükben is érvényesítik a transzparencia (közérthetőség, átláthatóság, a szükséges információkhoz való hozzáférhetőség), a szabályelvűség (a jogszabályoknak és a jó gyakorlatot elősegítő elvárásoknak megfelelő, szabályzatokban is rögzített hitelezői gyakorlat) és a szimmetria (az esetleges egyoldalú költségemelések mellett kedvezőbbé vált feltételek esetén költségcsökkentésekkel ezek hatását is érvényesíteni kell az ügyfeleknek) elveit.

A dokumentumot elfogadott pénzügyi intézmények egyetértenek azzal, hogy a jegybank a csatlakozottak (illetve érintett leányvállalataik és ügynökeik) körében ellenőrizze az aktualizált kódex rendelkezéseinek betartását, és megállapításait, minősítéseit honlapján is megjelenítse.

Az aktualizált kódexet elfogadó intézmények vállalják, hogy a fogyasztók üzleti döntését befolyásoló kereskedelmi gyakorlatuk során ügyfeleiknek jelzik, illetve általános szerződési feltételeikben, üzletszabályzataikban is megjelenítik, hogy kötelezően alávetik magukat az önszabályozó előírásoknak. Szolgáltatásnyújtásban részt vevő ügynökeikkel és megbízottaikkal kötött szerződésben is előírják a dokumentumban foglaltak betartását - írja az MNB és a bankszövetség.

A kódex hatálya kiterjed az azt aláíró összes lakossági hitelezéssel, pénzügyi lízinggel foglalkozó pénzügyi intézményre, így kereskedelmi bankra, jelzálog-hitelintézetre, lakástakarékpénztárra, takaré- és hitelszövetkezetre, fióktelepre és pénzügyi vállalkozásra (lízing-, és faktorcégekre is), sőt a hiteltermékeket kínáló biztosítókra és nyugdíjpénztárakra is. A lakossági hitelezéssel kapcsolatban a kódex szabályozza a felelős hitelezés általános normáit, a szerződéskötés előtti hitelezői magatartás általános elveit, az ügyfelek fizetési nehézségének kezelése körében alkalmazandó eljárásokat, valamint a végrehajtási eljárások előtt és alatt alkalmazandó elveket.

<http://www.adonet.hu/hirinfok/penz/februartol-hatalyos-az-aktualizalt-banki-magatartasi-kodex>

(adonet.hu, 2015. január 29., csütörtök)

## **Döntött az Ab a devizahiteles törvényről**

Az Alkotmánybíróság (Ab) szerint nem alaptörvény-ellenesek az úgynevezett első devizahiteles törvénynek a bíróság által kifogásolt szakaszai, a testület ezért csütörtökön közzétett határozatában elutasította az ezek alkotmányellenességének megállapítására és megsemmisítésére irányuló bírói kezdeményezéseket.

A másodfokon eljáró Fővárosi Ítéltábla korábban többek között a K&H, a KDB Bank, a Porsche Bank, és az evoBank ügyében fordult az Alkotmánybírósághoz.

Az Alkotmánybíróság a Kúriának a pénzügyi intézmények fogyasztói kölcsönszerződéseire vonatkozó jogegységi határozatával kapcsolatos egyes kérdések rendezéséről szóló 2014. évi XXXVIII. törvénnyel kapcsolatban rámutatott: a jogbiztonság nem csupán az egyes normák egyértelműségét követeli meg, de az egyes jogintézmények működésének a kiszámíthatóságát is. A jogalkotó önmagában azzal, hogy az államot a per alpereseként nevesíti, nem preferálja mint peres felet, hanem csupán a fogyasztók érdekeit védő speciális eljárási szabályokat vezet be.

Nem lehetne alperes az állam?

Az Ab-hez érkezett bírói beadványok egyike szerint meg kell különböztetni az állam közérdeket védő funkcióját, valamint azt, hogy polgári jogviszonyok alanya lehet. Ebben az ügyben a pénzügyi intézmények és az állam között még közvetve sem áll fenn olyan polgári jogi jogviszony, amelynek alapján az állam alperes lehessen. Mint ismert, a törvény eleve tisztességtelennek vélelmezte a magánszemélyekkel kötött deviza alapú kölcsönszerződések kikötéseit, amelyet a bankok az állam ellen indított perben dönthettek meg. Az indítványozó bírák másik problémája az volt, hogy a korábban született jogerős ítéleteket - amelyek kimondták, hogy a konkrét szerződés nem tartalmazott tisztességtelen feltételeket - a törvény negligálja, és a bankoknak ezekkel - a pervesztes - ügyfelekkel is el kell számolniuk.

Az Ab-hez fordult bírák szerint sérült a tisztességes eljárás elve is, miután 30 nap alatt kell döntenüik, nincs módjuk sem szakértőt kirendelni, sem tanúkat meghallgatni, sőt a több ezer oldalas peranyag sem tanulmányozható át tisztességesen "néhány nap alatt".

Az Ab többségi határozatában rögzítette, hogy a korábbi - hasonló ügyekben született - határozatokba foglalt megállapításokat, érveket nem ismétli meg.

Se nem jogosított, se nem kötelezett

Az állam alperesi szerepével az a probléma, hogy az állam hozza a törvényt, majd pedig - a törvény alapján - olyan polgári jogi jogviszonyok alanyává (alperesévé) válik, amelyekben se nem jogosított, sem nem kötelezett. Az Ab ezt a "rendkívüli körülmények" miatt tartja alkotmányosnak. Analógiákat hoz fel: az ügyész is indíthat polgári jogi pert, illetve a környezetvédelmi szervezetek is indíthatnak pert olyan ügyben, amelyben sem nem jogosítottak, sem nem kötelezettek. Hasonlóan van perindítási joga a fogyasztóvédelmi hatóságnak, valamint a pénzügyi felügyeletnek is. Azzal, hogy az állam alperes lesz, csak a fogyasztók érdekeit védi - szól az érvelés. A másik megoldás több ezer - a hitelfelvevők által indított - per lett volna, amelyeket a bíróságok nem tudtak volna "hatékonyan kezelni".

A problémát kezelni lehetett volna közérdekű keresettel. A törvényi megoldás ennek a fordított formája: az állam alperesként vesz részt az eljárásban, de itt is a közérdeket képviseli - szól az indoklás.

Újraértékelik a jogviszonyokat

A már megszületett jogerős ítéletekkel kapcsolatban először egy régebbi határozatra hivatkozik az Ab: ezeket nem lehet alkotmányosan megváltoztatni. Miután a törvény az elbírált jogviszonyokat "mintegy újraértékeli", lényegesen kisebb érdeksérelmet okoz a bankoknak, mint a pervesztes adósoknak okozott volna, ha kimaradnak az elszámolásból - szól az érvelés.

Ami pedig a tisztességes eljáráshoz való jogot illeti, az eljárási törvény és a szóban forgó devizahiteles törvény sem zárja ki azt, hogy a bíró szakértőt rendeljen ki, illetve tanút hallgasson meg.

Mentek a különvélemények

Kiss László alkotmánybíró különvéleményt fűzött a határozathoz. Ebben - egyebek mellett - kifejti: nem ért egyet azzal, hogy a devizahitelesek még csak beavatkozóként sem vehettek részt a saját ügyük elbírálásában.

Lévay Miklós különvéleményében nem értett egyet az elutasító döntéssel, mert álláspontja szerint az nem biztosítja a bírák függetlenségéhez szükséges eszköztárat.

Pokol Béla pedig azért utasította el a többségi határozatot, mert az egy nagy jelentőségű alaptörvény kiegészítést jelent, az Ab pedig nem veheti át az alkotmányozó hatalmat.

Több pert is felfüggesztettek anno

Tavaly november 11-i határozatában az Ab már megállapította: nem ütközik alaptörvénybe a devizahiteles törvény. Akkor az Ab három, első fokon eljáró bíró kezdeményezésére indított alkotmányossági vizsgálatot. Az Ab határozatáig felfüggesztett perek az OTP Bank és az OTP Jelzálogbank közös keresetét, az Eger és Vidéke Takarékszövetkezet, továbbá az OTP Ingatlanlízing perét érintették. Mindhárom ügyben elutasító döntés született első és másodfokon is, az Ab határozatát követően.

Az Ab előző döntésekor elsősorban azt vizsgálta, hogy a törvény rendelkezései sértik-e a visszaható hatályú jogalkotás tilalmát, továbbá, hogy a bírósági eljárások szabályai megfelelnek-e a tisztességes eljárás követelményeinek.

Az Ab tavalyi határozatában megállapította egyebek mellett, hogy az egyoldalú szerződmódosításoknak a kezdetektől fogva mindvégig korlátját képezte a jóhiszeműség és tisztesség általános törvényi követelménye. A hitelpiaci törvény speciális felhatalmazó rendelkezése nem helyezte hatályon kívül és nem is függesztette fel a tisztességesség követelményét.

<http://www.tozsdeforum.hu/szemelyes-penzugyek/hitel-szemelyes-penzugyek/dontott-az-ab-a-devizahiteles-torvenyrol/>

(Tőzsdefórum, 2015. január 29., csütörtök)

## Megtalálták a legrendesebb boltokat

Csaknem 50 somogyi üzlet szerepel a fogyasztóvédők pozitív listáján. Ezeknél a vállalkozásoknál azon túl, hogy mindent rendben találtak a hatósági ellenőrzéskor, barátságos és vevőbarát üzletpolitikát folytatnak.

A Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság 2011 óta listázza a fogyasztóbarát vállalkozásokat. Az elismerést kizárólag olyan üzletek kaphatják meg, melyek amellet, hogy minden jogszabályt betartanak, barátságos és vevőbarát üzletpolitikát alakítottak ki.

Somogyban jelenleg 47 üzlet szerepel a listán. Ezeket a boltokat egyébként újra ellenőrzik, így ha a későbbiekben valamilyen szabálytalanságot találnak, akár el is vehetik a pozitív elismerést.

[http://kapos.hu/hirek/gazdasag/2015-01-29/megtalaltak\\_a\\_legrendesebb\\_boltokat.html](http://kapos.hu/hirek/gazdasag/2015-01-29/megtalaltak_a_legrendesebb_boltokat.html)

(kapos.hu, 2015. január 29., csütörtök)

## Vigyázzon! Ilyen trükkökkel manipulálják az áruházak

**Kifinomult módszerekkel sarkallják shoppingolásra vevőiket az áruházak, úgy, a vásárlók nem is tudják: olyan dolgokat tesznek a kosarukba, amelyekre nincs szükségük. Csak a hozzáértők látják milyen trükkökkel kontrollálják az agyukat és vezetik a kezüket. A vásárlás okozta öröm, azért mindettől függetlenül igazi.**

A világ legnagyobb bútóráruházlánc, az IKEA több mint 680 millió vásárlót szolgált ki világszerte előző üzleti évében (2013. szeptember 1. és 2014. augusztus 31. között). Ha feltétezzük, hogy egy vásárló csak egyszer tért be a cég hipermarketjeibe, azaz nincs ismétlődés ebben a számban, akkor azt mondhatjuk, hogy a világ lakosságának majdnem 10 százaléka vett valamint az IKEA-nál 2014-ben kezdi a cég éves jelentésének apropóján íródott cikkét Quentin Fottrell, a MarketWatch pénzügyi szakírója.

A svéd óriásvállalat 29,29 milliárd euró árbevételt könyvelt el tavalyi pénzügyi évben az egy évvel korábbi 28,5 milliárd után. A nettó nyereség néhány tizedszázalékkal, 3,33 milliárd euróra araszolt fel. A forgalom 70 százalékát Európában érték el. A cég tapasztalatai szerint lassan javul a piaci helyzet az öreg kontinensen. Jó hír, hogy a nehezebb helyzetben lévő dél-európai országokban is jobb lett a vásárlók hangulata: Portugáliában és Spanyolországban kifejezetten jól ment az IKEA-nak tavaly.

### Nyisd ki a pénztárcádat!

Magyar siker

Az IKEA Magyarország több mint 17 százalékkal, [41 milliárd forintra növelte nettó árbevételét](#) a cég előző üzleti évében - derült ki a vállalat közleményéből. Egy évvel korábban valamivel több mint 35 milliárd forintot könyvelhettek el. Az növekedés tempója alapján felállított sorrendben az IKEA Magyarország a harmadik helyen végzett az IKEA-csoport vállalataival összevetve. Csak a kínai és orosz piacon ért el jobb eredmény a svéd óriás helyi érdekeltsége.

Az IKEA nem bízza a véletlenre a sikert: Fottrell bemutat néhány trükköt, amivel olyankor is vásárlásra ösztönzik a vevőt, amikor az esetleg nem is akart a zsebébe nyúlni. A svéd óriás nem rak

ki a termékeire hatalmas piros táblákat az aktuális árleszállításokkal. Ennél sokkal kifinomultabban manipulálja vevőit.

A trükközés a cég híres sárga vagy kék műanyag táskáival kezdődik. Ezek célja, hogy több minden kerüljön bele, mint amit a vevő eredendően meg akar venni - állítja Johan Stenebo, az IKEA korábbi alkalmazottja, a *The Truth About Ikea* című könyv szerzője. Ezeket a szatyrokat az IKEA alapítójáról Ingvar-táskáinak hívjuk - mondja a szakember, aki évtizedekig dolgozott a cégnél vezető beosztásokban is, mielőtt úgy döntött, elmondja: szerinte mi a svéd bútorbizniszmodell titka.

A táskák ugyanis a cég alapító ötlete. Ha a vevő elfelejtene felvenni egyet a bejáratnál, út közben több helyen pótolhatja ezt. Mindig olyan pontokon, ahol a táskák mellett mocskosul olcsó cuccokat találhat a wc-kefétől a gyertyatartóig. Ezeket hívja a céges szakzsargon "nyisd ki a pénztárcádat" termékeknek. És a shoppingolás ezzel kezdetét is veheti.

## **Ütés az állra**

További szemléletes kifejezéssel illetik azokat az árucikkeket, amelyeket kifejezetten agresszív értékesítéssel akarnak eladni. Az "ütés az állra" termékek onnan kapták a nevüket, hogy kihelyezik őket a közlekedési folyosókra, úgy, hogy azok kiszúrják az azokon haladó vevők szemét. Ezek ár-érték viszonya tényleg jó - mondja Stenebo -, úgyhogy jól járhat velük a vásárló, ám nem ezért kerülnek feltűnő helyre.

A kereskedő valójában rá akarja szoktatni a vásárlókat arra, hogy bizonyos árukat nála keressenek, nála vegyenek meg. Az IKEA ez ügyben átütő sikert ért el a tükrök terén az 1980-as években, illetve az energiatakarékos égők esetén az 1990-es évtizedben. Stenebo szerint mindkét termék piacáról szabályosan kiűtötték a versenytársakat.

## **"Lelki gondozás"**

Az IKEA minimalista esztétikája fontos feladatot lát el - idézi a MarketWatch cikke Martha Stewart amerikai üzletasszony és televíziós személyiség egyik megjegyzésére. Azok számára, akik úgy érzik, hogy otthonuk messze van az ideálistól - és valljuk meg, idetartozik az emberek túlnyomó többsége -, a svéd cég olyan álmodást kínál, amely megfelel a pénztárcájuknak.

Stenebo ezt a következőképpen fordítja le. Elsősorban azért vásárolunk olyan dolgokat, amilyenekre nincs szükségünk, mert valami gondunk van a hitvesünkkel, a főnökeinkkel-beosztottjainkkal, a gyerekeinkkel. Az IKEA erre válaszul kézen fog bennünket és bevezet az útvesztőjébe, amely átvisz az osztályain, helyenként pihenőket kínálva. Az utóbbiak a forró pontok, ahova a kereskedő kirakja azokat a termékeit, amelyektől sürgősen meg akar szabadulni.

Felkínálja nekünk ezeket, hogy megszerzésükkel enyhítsünk a lelki terhünkön. Így a megvásárlásukkal mintegy jutalomfalattal jutalmazza, hogy helyesen cselekedtünk - mindkettőnk érdekében. Vásároltunk, hogy aztán egy tömött szatyorral gazdagabban, jó érzéssel távozhassunk az áruházból.

## **A drágább jobb**

Az olyan kiskereskedők, mint az IKEA, amelyek viszonylag alacsony áron kínálják termékeiket azzal, hogy például a vevőnek magának kell összeszerelnie bútorait, természetesen nem tudnak csupán abból megélni, hogy olcsó dolgokat értékesítenek. Ezért kitalálták, hogyan irányíthatják el vásárlóikat a drágább termékek felé. Fognak két azonos funkciójú árut, mondjuk két kanapét: egy olcsó, de nem igazán átütő darabot és egy drágábbat, de jobbat.



Ezeket egymás mellé teszik. A vevő persze az olcsóbbal kezd szemezni, de hamar rájön, hogy az nem felel meg az ízlésének, vagy nincs belőle olyan huzatú, amelyet szeretne stb. Sebaj, ott van mellette egy másik, amely sokkal megfelelőbbnek látszik. És ezt veszi meg abban a szent meggyőződésben, hogy ő volt a szemfüles vevő, aki rátalált a jó megoldásra - árul el újabb titkot a kiskereskedők trükkarszenáljából a Stenebo. Mert az a nagy helyzet, hogy nem csupán az IKEA, hanem a többi cég is szereti "áruházi megoldásokkal" ösztönözni a vásárlást.

[http://www.napi.hu/nemzetkozi\\_vallalatok/vigyazzon\\_ilyen\\_trukkokkal\\_manipulaljak\\_az\\_aruha\\_zak.592792.html](http://www.napi.hu/nemzetkozi_vallalatok/vigyazzon_ilyen_trukkokkal_manipulaljak_az_aruha_zak.592792.html)

(Napi, 2015. január 29., csütörtök)

## **Támadja a Tesco a Lidl-t és az Aldit: jön a boltok háborúja?**

**A briteknél egyértelműen a diszkontokat, azaz a Lidl-t és az Aldit támadja a Tesco: nálunk egyelőre nincsenek ilyen konkrét tervek az áruházlánctól - pedig a hipermarketekben egyre kevesebbet vásárolunk.**

Árcsökkentésekkel és a szolgáltatások javításával akarja visszacsábítani vásárlóit a Tesco: az áruházlánc meglehetősen nehéz helyzetben van anyaországában, Nagy-Britanniában: a klasszikus üzletláncokhoz hasonlóan szenved a diszkontok megjelenésétől és gyors terjeszkedésétől. Az Aldi és a Lidl egyre nagyobb szeletet hasít ki ugyanis a piaci tortából.

Négy hónapja van munkában a Tesco új vezérigazgatója, Dave Lewis, aki költségcsökkentésekkel és új stratégiával próbálja meg kihúzni a bajból a problémákkal küszködő brit kiskereskedelmi óriást.

Elsősorban a diszkont láncokat támadja be, akik nagyrészt felelősek azért, hogy a társaság piaci részesedése zuhan.

A két rivális sikereit látva az alacsony ár lesz a Tesco új stratégiájának a középpontjában. Nem valószínű, hogy a Tesco termékek sorával meg tudja majd verni árban a diszkont láncokat, de csökkenhet az árkülönbség és néhány termékkel rivalizálhat, így összességében versenyképesebb lehet - írta nemrég a Reuters hírügynökség.

Az új vezér abban bízik, hogy végül többet költenek majd a vásárlók náluk, miután a néhány olcsó termék miatt bemennek a fogyasztók. A Tesco ugyanis széles termékválasztékkal bír, valamint a kiszolgálásnak és az online rendelés is előnyt jelent. Már karácsony előtt elkezdte a leárazásokat a Tesco és januárban tovább folytatta: összesen 380 saját márkás termékén átlagosan 25 százalékkal csökkentette árait.

## **Mi a helyzet Magyarországon?**

Kíváncsiak voltunk, Magyarországon is lehet-e hasonló lépésekre számítani. Megkérdeztük a Tescot, nálunk is várhatóak-e hasonló lépések, tervezik-e a saját márkás portfólió szélesítését, vagy jelentősebb árcsökkentést Magyarországon is.

A Tesco sajtóosztálya a Pénzcentrumot arról tájékoztatta, fontosnak tartják a diszkont áruházak jelenlétét és az általuk is létrejövő még élesebb versenyt a piacon. Úgy látják, ennek haszonélvezői egyértelműen a vásárlók. Ebben a versenyben a Tesco a saját stratégiáját követi: többféle vásárlási lehetőséget kínálnak a vásárlóknak, melynek a segítségével akár hétféle nagybevásárlásról, akár hétköznapi kisebb bevásárlásról, akár a házhozszállításról van szó, hosszú távon és folyamatosan a lehető legmagasabb szintre emelik a vásárlói élményt.

Az áruházlánc úgy látja, több olyan eszközük is van, amivel versenyképesek a magyar piacon is: nagyobb választék, országosan egységes, kedvező árak, széles saját márkás és Tesco exkluzív termékkör, többcsatornás kereskedelem, vásárlói hűségprogramok, személyre szabott rendszeres Clubcard kedvezmények, kiváló vásárlói élmény. Sajátmárkás termékkörük folyamatosan bővül és megújul, 2014-ben felfrissítették a Value márkát, a vásárlók megismerhették a Finest termékcsalád sok új termékét, folyamatosan folyik a termékfejlesztés.

Megemlítették azt is, hogy a Tesco-országok közül elsőként, bevezették az országos árazást, azaz minden Tesco boltban és áruházban ugyanazokkal a - hipermarketekben megszokott - árakkal találkoznak a vásárlók.

[http://www.penzcentrum.hu/vasarlas/tamadja\\_a\\_tesco\\_a\\_lidl\\_t\\_es\\_az\\_aldit\\_jon\\_a\\_boltok\\_habor\\_uja.1043483.html](http://www.penzcentrum.hu/vasarlas/tamadja_a_tesco_a_lidl_t_es_az_aldit_jon_a_boltok_habor_uja.1043483.html)

(Pénzcentrum 2015.01.30. péntek)

## **Telepítik a csekkbefizető automatákat**

**Szegedtől Szombathelyig és Pécestől Miskolcig összesen 19 csekkbefizető terminált telepít a Magyar Posta, főleg Auchan hipermarketekhez, plázákba és pályaudvarokhoz, amelyeket februárban már használhatnak is az ügyfelek**

A fővárosban hét automata lesz - főleg plázákban, például a Mammutban, a Sugárban és a Corvinban, valamint a Nyugati pályaudvarnál -, de Debrecen, Miskolc, Győr, Pécs és Szeged sem maradt le a listáról.

Az üzletházakban elhelyezett automaták esetében - igazodva az üzletház nyitvatartási idejéhez - az ügyfelek tágabb időintervallumban tudják befizetni csekkjeiket. A terminál a gépi kitöltésű csekket fogadja el, de a későbbiekben valamennyi bizonylattípusú csekk is feladható lesz az automatákon keresztül, amely a QR-kóddal ellátott és a QR-kód nélküli csekket is elfogadja. A vállalat ígéretei szerint még az idén megteremti annak feltételeit, hogy a postákon történő csekkbefizetés során a kártyával történő fizetés ne készpénzfelvételnek, hanem kártyás vásárlásnak minősüljön. Szarka Zsolt vezérigazgató korábban azt mondta, egy fizetési művelettel öt csekk adható fel összesen 290 ezer forint értékben - írja a lap.

[http://www.napi.hu/magyar\\_vallalatok/telepitik\\_a\\_csekkbefizeto\\_automatakat.592827.html](http://www.napi.hu/magyar_vallalatok/telepitik_a_csekkbefizeto_automatakat.592827.html)

(Napi, 2015. január 30., péntek)

*FVA heti sajtószemle összeállítás – 2015. 5. hét*  
*www.fogyasztovedelem.hu*