

Fogyasztóvédő Alapítvány Heti sajtószemle 2019. 48. hét

Ellenőrzik a webáruházakat az év végi ünnepi időszakban

Fokozottan ellenőrzi az Innovációs és Technológiai Minisztérium (ITM) az online áruházakat az év végi ünnepi időszakban, a kiemelt vizsgálatok már november elején elkezdődtek - mondta Cseresnyés Péter, a tárca államtitkára. Az év utolsó két hónapjában sok akcióval, kedvezményes vásárlási lehetőséggel találkozhatnak a fogyasztók az interneten, az ITM célja, hogy aktív fogyasztóvédelmi jelenléttel, rendszeres ellenőrzésekkel, próbavásárlásokkal [...]

The post Ellenőrzik a webáruházakat az év végi ünnepi időszakban appeared first on Patika Magazin Online.

Fokozottan ellenőrzi az Innovációs és Technológiai Minisztérium (ITM) az online áruházakat az év végi ünnepi időszakban, a kiemelt vizsgálatok már november elején elkezdődtek - mondta Cseresnyés Péter, a tárca államtitkára. Az év utolsó két hónapjában sok akcióval, kedvezményes vásárlási lehetőséggel találkozhatnak a fogyasztók az interneten, az ITM célja, hogy aktív fogyasztóvédelmi jelenléttel, rendszeres ellenőrzésekkel, próbavásárlásokkal járuljon hozzá a nyugodt ünnepi felkészüléshez - tette hozzá az államtitkár. A kiskereskedelmi forgalom 75 hónapja folyamatosan nő Magyarországon, és egyre nagyobb szerepet játszik az internetes vásárlás. Tavaly mintegy 530 milliárd forint volt a webáruházak forgalma, amely az idén a becslések szerint 700 milliárd forintra nőhet. Az ellenőrzésekkel szeretnék elérni, hogy a jelentős akciók idején is jogkövető webáruházakból és alkalmazásokból rendelhessenek a vásárlók. Az online áruházak rendszeres vizsgálatával a tárca visszaszorította a lehetséges jogsértéseket, a tapasztalatok szerint sikerült a korábbi 50 százalékról 17 százalékra csökkenteni a visszaélési kísérleteket, így kevésbé kockázatos az internetes vásárlás. Keszthelyi Nikolett, az ITM helyettes államtitkára elmondta: a minisztérium IT Laboratóriuma az elmúlt időszakban évente 900 webáruházat ellenőrzött, idén már több mint 500 ellenőrzésen vannak túl. A próbavásárlások és a honlapok vizsgálata alapján a leggyakrabban az elállással és jótállással kapcsolatban merülnek fel problémák, de sokszor hiányos a vitarendezési lehetőségekről szóló tájékoztatás is. A tárca a tudatos vásárlás segítése érdekében e-kereskedelmi tájékoztatót, "kisokost" állított össze, amely elérhető a www.fogyasztovedelem.kormany.hu oldalon. Az ellenőrzések tapasztalatai alapján állították össze a most megjelent tájékoztatót, amely nyolc pontban foglalja össze az internetes vásárlással kapcsolatos legfontosabb tudnivalókat. A kisokos kitér a termékek, szolgáltatások kiválasztásával, a vásárlás előtti tájékozódással, a szállítási feltételek ellenőrzésével, a fizetési feltételek kiválasztásával, az adásvétel létrejöttével, a termék átvételével és esetleges visszaküldésével kapcsolatos tudnivalókra, valamint arra is, hogy hová lehet fordulni panasz esetén - ismertette a helyettes államtitkár. Felhívta a figyelmet arra, hogy az online vásárlások előtti tudatos fogyasztói döntést segíti az ITM online adatbázisa, a www.jogsertowebaruhazak.kormany.hu is. - Alexandra Bólyi

[Eredeti](#)

(patikamagazin.hu, 2019. november 24., vasárnap)

Néhol többnapossá vált a Black Friday

Az ajánlat bombasztikus, a honlap megbízhatatlan.

Hazánkban is egyre nagyobb népszerűségnek örvend a Black Friday, azaz a Fekete Péntek, amikor is átlagon felüli árkedvezményekkel találkozhatnak az üzletekben, a webáruházakban, és akár különféle szolgáltatások - mint például fodrászat, szálláshely - igénybe vételekor is a vásárlók. A Black Friday a hálaadást követő péntek elnevezése az Egyesült Államokban, amely ott több évtizede hagyományosan a karácsonyi bevásárlási szezon kezdete. Ez a nap idén november 29-re esik, sok helyen azonban már most is tartanak Black Friday-akciókat - az elmúlt évek statisztikai adatai alapján a legkeresettebb akciós termékek ilyenkor a divatárúk, a ruhák, cipők és az elektronikai eszközök. - A Black Friday napján és a karácsony előtti időszakban megszorodnak azok a honlapok, amelyek jellemzően egyszerű felépítésűek, bombasztikus ajánlatokkal kecsegtetnek, ám valódi teljesítés helyett átverik a vásárlókat - hívják fel a figyelmet a Baranya Megyei Kormányhivatal fogyasztóvédelmi szakemberei. - Fontos tudni, hogy a megvásárolt termékekkel kapcsolatos minőségi kifogások rendezésére vonatkozó előírások nem térnek el a hagyományos üzletben történő vásárlásokétól - hangsúlyozzák. Az online vásárlások esetében egy adott weboldal megbízhatóságával kapcsolatban internetes fórumokon is tájékozódhat az érdeklődő, hogy beazonosítható webáruházból tudjon rendelni. Ha a fogyasztó vállalkozástól vesz terméket, legkésőbb az annak kézhezvételétől számított 14 napon belül indokolás nélkül elállhat a vételtől. Elállás esetén a megvásárolt termék visszajuttatásának költsége a vonatkozó jogszabály alapján a fogyasztót terheli. Nagyon fontos tisztában lenni azzal is, hogy amennyiben magánszemély magánszemélytől vásárol, a fogyasztóvédelmi rendelkezések nem érvényesek, például az elállás, vagy a szavatossági jogok sem. A fogyasztóvédelmi szakemberek felhívják a figyelmet arra, hogy az irreálisan alacsony áron (például egy forintért) hirdetett terméket a kereskedőnek nem kötelessége odaadni. Az "irreálisan olcsó ár" feltüntetése téves rögzítés, esetleg rendszerhiba következménye lehet, ami ugyan árfeltüntetési hiba, de a fogyasztó nem követelheti, hogy a hibásan feltüntetett áron kapja meg a terméket. - Amennyiben a webáruház fizetesként csak az "előre utalás" lehetőségét biztosítja, érdemes alaposan, körültekintően utána járni, kitől vásárol, illetve kinek a részére utalna pénzt a vásárló - emelik ki a Baranya Megyei Kormányhivatal szakemberei. - wald k.

[Eredeti](#)

(bama.hu, 2019. november 24., vasárnap)

MABISZ Konferencia: Ma már versenyképességi tényező az ügyfélélmény a biztosítók számára is

Meg kell értenünk ügyfeleink személyes céljait és igényeit, hogy a kiszolgálási színvonalat folyamatosan emelni tudjuk - mondta Dr. Molnos Dániel, a MABISZ főtitkára a szövetség X. Biztosításszakmai Konferenciájának megnyitóján.

Biztosító MagazinMeg kell értenünk ügyfeleink személyes céljait és igényeit, hogy a kiszolgálási színvonalat folyamatosan emelni tudjuk - mondta Dr. Molnos Dániel, a MABISZ főtitkára a szövetség X. Biztosításszakmai Konferenciájának megnyitóján. Az érzékelhetően egyre tudatosabbá váló ügyfelek igényeit a MABISZ is igyekszik kiszolgálni, ezt segíti az idén újtára indított E-kárbejelentő is, melynek létrehozását a szövetség koordinálta. Az EU GDP-jének jelentős részét a biztosítások adják, jelentős szerepet betöltve a gazdaság stabilitásában. Ez a hazai biztosítási piacról is elmondható, bár még van tere a biztosítások erősödésének. - mondta a konferencián Varga Mihály pénzügyminiszter. A biztosítási ágazat egyfajta indikátora a gazdaság egészségének is A díjbevételek 2018 végén meghaladták az ezer milliárd forintot, az idei első félévben pedig már közel 10%-kal nőttek. A szektor jövedelmezősége is folyamatosan javul, közel 40 milliárd forint adózott eredményt érték el a biztosítók. Az állampapírokba 1400 milliárd forintot fektetett be az ágazat - tette hozzá Varga Mihály. A pénzügyminiszter fejlesztési területek közé sorolta a pénzügyi kultúra, ezen keresztül a lakossági megtakarítások érdemi növelését, amire a kormánynek kétéves stratégiája is született. Ma a lakosság körében főként a készpénzállomány nő: Mintegy 6500 milliárd forintot kellene visszacsatornázni a gazdaság működésébe. A köznevelésben is szeretnék a pénzügyi ismeretek oktatását elterjeszteni, ezt szolgálja a Pénz7 programsorozat. Varga Mihály megköszönte a MABISZ-nak a pénzügyi tudatosságot növelő oktatási anyagok elkészítésében nyújtott aktív segítségét. Sikeres volt a MABISZ nyugdíjkampánya Mára a versenyképesség egyik kulcstényezőjévé vált az ügyfélélmény, a fogyasztói út teljes hosszán - mondta a MABISZ elnök-helyettese. Az ehhez szükséges első lépés Erdős Mihály szerint az ügyfelek megszólítása, amit a MABISZ idén a nyugdíjbiztosítások esetében egy sikeres őszi kampánnyal is támogatott. Az adókedvezménnyel támogatott nyugdíjbiztosítások száma megközelíti a 320 ezret, ami egy év alatt 52 ezres növekedést jelent, vagyis az egyik legdinamikusabban fejlődő termékcsoport, ugyanakkor még komoly potenciál van ezen a téren a szerződésszámok növelésére. Az MNB új fogyasztóvédelmi intézkedése, a Minősített Fogyasztóbarát Lakásbiztosítás bevezetése kapcsán Erdős Mihály elmondta, hogy ez is erősítheti az ügyfelek elköteleződését és elégedettségét, ami a szakma érdeke is. Ez az ajánlás beemeli a piaci legjobb gyakorlatokat is, egységes fogalomhasználatot vezet be, ami egyszerűsíti a fogyasztók számára az összehasonlítást. Az elmúlt években jelentősen megnőtt az életbiztosításokra nehezedő jelentéstételi, tájékoztatási kötelezettségek. Ezek alapvetően EU szabályozáson alapulnak, azonban a hazai szabályozásban van mozgástér, amire a MABISZ is tesz javaslatokat. A digitalizáció is az ügyfélélmény szolgálatában áll, így a papírmentes működés erősítése, a készpénzmentes megoldások elterjesztése és a pénzügyi, digitális kultúra erősítése területén a MABISZ munkacsoportjai is dolgoznak. A háztartások egzisztenciális biztonságát növelné az MFO A tegnap bejelentett Minősített Fogyasztóbarát Otthonbiztosítás (MFO) kapcsán az MNB ügyvezető igazgatója elmondta, hogy az közvetlen módon tudja támogatni az ügyfélélményt. Az elsődleges cél a háztartások egzisztenciális biztonságának növelése, emellett a díjak és szolgáltatások egyensúlyának javulását várja a jegybank, nem pedig a díjak csökkenését - mondta Szeniczey Gergő. A gyors és nagyvonalú kárrendezés is elvárás a jegybank részéről, amit pontos határidők kijelölésével igyekszik elérni. Egyszerű, közérthető szerződési dokumentációt, kárigénye elutasításánál világos indoklást vár el az MNB. Decemberben indul egy aloldal, a pályázatok benyújtására januártól lesz lehetőség és az első negyedév végén, a második negyedév elején elindul egy

összehasonlító oldal is, akkortól várható a termékek megjelenése is. E-kárbejelentő: már 5000 feletti a kárbejelentések száma! A tavalyi konferencián került bejelentésre az E-kárbejelentő, ami idén januárban indult útjára. Azóta egyértelművé vált, hogy az alkalmazás hasznos, sikerességéhez azonban szükség volt a MABISZ kommunikációs támogatására is, ami jelentős letöltésszámot eredményezett - mondta az alkalmazást fejlesztő suIT SOLUTIONS Informatikai Szolgáltató Kft. tulajdonostársa. A piacon korábban elérhető két ilyen applikáció másfél év alatt ért el olyan letöltésszámot, mint az E-kárbejelentős 3 nap alatt. A biztosítók tájékoztató levelei szintén hozzájárultak a letöltésszám növeléséhez - hangsúlyozta Lengyel Sándor. Szeptember vége óta emelkedett a bejelentések száma is: éves szinten már több mint 5000 bejelentésnél tart. A tapasztalatok alapján a két telefon PIN kódos összepárosítása könnyedén megy felhasználóknak, a fényképezést is szívesen használják, ami ugyan nem kötelező, de majdnem mindenki készít és csatol képet a kárbejelentéshez. A Google térkép használata is készség szintű a felhasználóknál: a szemle helyszín megadása is opcionális elem, mégis ezt is nagyon sokan megadják. Ugyanakkor a QR kód beolvasási funkció és a megjegyzés hangrögzítés formájában rögzítése még nem elég elterjedt. A már elvégzett több mint 5000 kárbejelentés adatai számos statisztikai elemzésre adnak lehetőséget, így már térkép is van arról, hogy hol történtek balesetek az országban. A felhasználók elégedettségét mérő felmérések alapján, ami már több mint 600 kitöltést eredményezett, az E-kárbejelentőnek nagyon nagy a támogatottsága a felhasználók körében: akinek már használni kellett, az ezt használná újra is, és ajánlja ismerőseinek is! Tetszett a cikk? Ne felejtsetek el megosztani! Köszönjük! - TUDÓSÍTÁS

[Eredeti](#)

(biztositomagazin.hu, 2019. november 24., vasárnap)

A Budapesti Békéltető Testület kimondta, amit rajta kívül szerinte más nem mer

A fogyasztóvédelmi panaszkezelés lassulásától tart a Budapesti Békéltető Testület (BBT), mivel egy szeptemberi jogszabályváltozás elvonta a költségvetése egy részét.

A Budapesti Békéltető Testület a Pest megyei Békéltető Testülettel együtt az országos panaszok mintegy 60 százalékát kezeli, jelenleg is körülbelül négyezren várnak a vitarendezésre a fővárosban, amit a BTT alapesetben gyorsan és ingyenesen old meg - fogalmazott Baranovszky György, a fővárosi testület elnöke, de lassulástól tart, miután egyre több a fogyasztói panasz, miközben az is problémákat okoz, hogy a Magyar Kereskedelmi és Iparkamara még mindig nem biztosította a második félévre a testületek működéséhez szükséges forrásokat, miközben lassan december van. A szakember elmondása szerint a fogyasztóvédelmi törvény módosításától függetlenül egy olyan táblázatot használ a Magyar Kereskedelmi és Iparkamara a jogalkotóval közösen, amely helytelen. Eközben a jogalkotó csökkentette a Budapesti Békéltető Testület költségvetését, a felszabaduló forrásokat pedig a vidéki testületek, illetve a Magyar Kereskedelmi és Iparkamara kapta meg. Baranovszky György szerint ez sem indolja a kifizetések csúszását, ami rendszerszintű problémát okoz a békéltetőtestületek működésében, és nem tartható fenn hosszú távon. - tette hozzá a szakember. A probléma nemcsak a fővárosi, hanem valamennyi békéltető testület érinti, ennek tényét azonban Baranovszky György szerint a másik fél nem fogja elismerni és csak

kifogásokat keres a csúszások okára. Az pedig, hogy a jogalkotó mostanában végig "roadshow-za" az országot azzal, hogy január 1-jétől a békéltető testületek hatékonyabbá válnak, mert a Magyar Kereskedelmi és Iparkamara elnökével lesznek jogviszonyban a területi elnökök, vagy mert országos szabályozást hoznak létre, a szakember szerint egyáltalán nem a hangoztatott hatékonyságot növeli. Szerinte hiba a fogyasztóvédelmi békéltetésben hatékonyságról beszélni. "Egészen más a hatékonyság egy iparágban, mint a vállalkozói vagy fogyasztói oldalról tekintve, amikor egy vitát kell megoldani. Egy kérdés lehet: megoldja-e a vitát, egyezsége jutnak-e a felek, vagy nem?" - tette hozzá. -

[Eredeti](#)

(infostart.hu, 2019. november 24., vasárnap)

Szabálytanul adták a facsemetéket

KECSKEMÉT Több mint ezer gyümölcs- és szőlőoltvány és facsemete forgalmazását tiltotta meg a Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal (Nébih) kecskeméti és dunaföldvári helyszíneken, november közepén tartott ellenőrzése során - közölte a Nébih honlapján.

A hivatal előzetes bejelentés alapján értesült az egyes piacokon és vásárokon zajló illegális szőlő- és gyümölcszaporítóanyag értékesítéséről. A szakemberek a kecskeméti használtcikk-piacon egy árust szólítottak fel engedély nélkül folytatott tevékenységének azonnali felfüggesztésére, míg a dunaföldvári országos állat- és kirakodóvásáron hét esetben intézkedtek. Megdöbbentő szabálytalanságokkal különösen a dunaföldvári vásáron szembesültek, ahol az eladásra kínált zaporítóanyagokról messziről lerítt, hogy nem felelnek meg a legalapvetőbb szakmai és jogszabályi követelményeknek sem. Egyik eladó sem rendelkezett a növényanyagok hatóságilag ellenőrzött voltát igazoló dokumentummal.

MTI

[Eredeti](#)

(Petőfi Népe, 2019. november 25., hétfő, 14. oldal)

Akár 700 milliárdosra is nőhet a webes piac

Fokozottan ellenőrzik a webáruházakat az év végi ünnepi időszakban is.

BUDAPEST. - Az Innovációs és Technológiai Minisztérium (ITM) az online áruházakat az év végi ünnepi időszakban fokozottan ellenőrzi, a kiemelt vizsgálatok már november elején elkezdődtek - mondta Cseresnyés Péter államtitkár.

Kevesebb a jogsértés

- Az év utolsó két hónapjában sok akcióval, kedvezményes vásárlási lehetőséggel találkozhatnak a fogyasztók az interneten, az ITM célja, hogy aktív fogyasztóvédelmi

jelenléttel, rendszeres ellenőrzésekkel, próbavásárlásokkal járuljon hozzá a nyugodt ünnepi felkészüléshez - tette hozzá az államtitkár.

Kiemelte, hogy a kiskereskedelmi forgalom 75 hónapja folyamatosan nő Magyarországon, és egyre nagyobb szerepet játszik az internetes vásárlás. Tavaly mintegy 530 milliárd forint volt a webáruházak forgalma, amely az idén a becslések szerint 700 milliárd forintra nőhet.

Cseresnyés Péter hangsúlyozta: az ellenőrzésekkel szeretnék elérni, hogy a jelentős akciók idején is jogkövető webáruházakból és alkalmazásokból rendelhessenek a vásárlók.

Az online áruházak rendszeres vizsgálatával a tárca visszaszorította a lehetséges jogsértéseket, a tapasztalatok szerint sikerült a korábbi 50 százalékról 17 százalékra csökkenteni a visszaélési kísérleteket.

Keszthelyi Nikoletta helyettes államtitkár elmondta: a minisztérium IT Laboratóriuma az elmúlt időszakban évente 900 webáruházat ellenőrzött.

Biztonságosabb lehet az online vásárlás (illusztráció)

MTI

[Eredeti](#)

(Kelet Magyarország, 2019. november 25., hétfő, 8. oldal)

A túlfogyasztásellenes napon tartják idén a fekete pénteket

Black friday: kiemelt hatósági figyelem kíséri itthon a webáruházak akciózási gyakorlatát

Több internetes kereskedőnél lezajlott a hivatalosan e hét péntekre meghirdetett black friday akciós kampány előzetes hétvégéje, ezzel kapcsolatosan eddig nem érkezett panasz a fogyasztóvédelmi hatósághoz - tájékoztatta lapunkat a területet felügyelő szaktárca, amely a kiskereskedelmi főszezonban fokozza az ellenőrzést az üzletek, vásárok mellett az o

- nline áruházakban is. Mára jogkövetőbbé váltak a webáruházak, ezért a hatóság szerint biztonságosabb lett idehaza az internetes vásárlás, de mindig érdemes tudatosan választani. November 29-e idén nemcsak fekete pénteket jelent a fogyasztásban, de erre a napra esik a nemzetközi Ne vásárolj semmit! nap is.

- A black friday, azaz a fekete péntek akciók időszaka idén nagyon hamar elkezdődött, a webáruházak több héten keresztül is hirdetik a kedvezményes ajánlatokat vagy több alkalommal is kínálnak fekete pénteki árengedményt. A kollégák november eleje óta figyelik és rögzítik képernyőfotóval a különböző honlapokat annak érdekében, hogy ellenőrizhető legyen, hogy az akciós napokon valós árengedményt adnak-e a cégek - mondta lapunk megkeresésére Cseresnyés Péter az első idei tapasztalatok kapcsán.

Az Innovációs és Technológiai Minisztérium (ITM) kereskedelempolitikáért és fogyasztóvédelemért felelős államtitkára kifejtette: a szaktárca munkatársai több esetben is azt tapasztalták, hogy a black friday idején teljesen megváltozott a weboldalak felépítése. - Ez a gyakorlat megnehezíti az eligazodást a termékek és akciók között, ami nemcsak a megvásárolni kívánt termékeket már korábban kiválasztó, tudatos fogyasztóknak jelenhet problémát, hanem a fogyasztóvédelmi ellenőrzések során is bonyolultabbá teszi az ártörténet vizsgálatát, a termékek régi és új árainak összehasonlítását - jegyezte meg Cseresnyés Péter. Mint mondta, az online áruházak rendszeres vizsgálatával a tárca mostanra visszaszorította a lehetséges jogsértéseket, amivel sikerült a korábbi 50 százalékról 17 százalékra csökkenteni a

visszaélésekről szóló kísérletek arányát, így ma már kevésbé kockázatos az internetes vásárlás.

A fogyasztóvédelmi hatóság a nyugodt ünnepi felkészülés érdekében az év végén fokozza a jelenlétét az online térben. Az ITM IT Laboratóriuma ezzel együtt egész évben ellenőrzi a webáruházakat, ahol a black friday kezdete előtt kiemelten vizsgálja az elállási, szállítási és fizetési feltételekről szóló tájékoztatást és az árképzést. A próbavásárlások és a honlapok ellenőrzése során a szakemberek úgy tapasztalják, a leggyakrabban az elállással, jótállással kapcsolatban merülnek fel problémák, emellett sokszor hiányos a vitarendezési lehetőségekről szóló tájékoztatás a virtuális boltokban.

A minisztérium a tudatos vásárlás támogatására e-kereskedelmi tájékoztatót, internetes "kisokost" is összeállított az ellenőrzések tapasztalataiból, amely a Fogyasztóvédelem.kormány.hu oldalon nyolc pontban foglalja össze a virtuális vásárlással kapcsolatos legfőbb tudnivalókat.

VAN, AKI ELLENÁLL A túlfogyasztás elleni fellépés jegyében kijelölt Ne vásárolj semmit! napot először 2004-ben tartották meg Magyarországon. Azokban az országokban, ahol a mértéktelen vásárlás már korábban elhatalmasodott, ott több mint tíz éve tartják meg a fogyasztói böjt ünnepét. A tematikus nap internetes oldalán az olvasható, hogy idén több mint hatvan országban több százezer ember vesz részt az egynapos vásárlási szünetben. Idén a szervezők azt tanácsolják, ezen alkalomból a pénzköltés helyett csak tájékozódjanak a fogyasztók, miből készülnek, honnan származnak a megvásárolni kívánt árucikkek, az élelmiszerek esetében pedig a Tudatos Vásárlók Egyesületének mobiltelefonos alkalmazására hívják fel a figyelmet. Az E-szám kereső az élelmiszer-adalékanyagok, más néven E-számok közötti tájékozódást segíti. Az internetkapcsolat nélkül is használható appban megtalálhatók az élelmiszer-adalékok jelölői szám és név szerint, amelyek szűrhetők a felhasználásuk alapján is.

BECSAPJÁK A VEVŐT A november-decemberi, akciókkal teli időszakban a költsékezés előtt célszerű meggyőződni arról, hogy a kereskedő által kínált kuponok, utalványok, leértékelések valóban érdemi kedvezményt tartalmaznak-e, és arról is, hogy az üzlet vagy web-áruház teljes árukészletére vagy csak meghatározott termékekre érvényes az árengedmény - sorolta a főbb szempontokat a szakminisztérium. Felhívták a figyelmet: a black friday kapcsán és az adventi időszakban megszorodnak azok a honlapok, amelyek többnyire egyszerű felépítésűek, nagyon kedvezőnek tűnő ajánlatokkal kecsegtetnek, ám teljesítés helyett jellemzően becsapják a vásárlót. Gyanúra okot adó jel lehet, ha a weboldalon feltűnően nagy árengedménnyel csábítanak, miközben nem található a portálon konkrét információ az eladóról, és a közvetlen kapcsolattartás lehetősége sincs feltüntetve. Gyakori, hogy csak egy űrlapon lehet kommunikálni az eladóval, és nincs fizikai címe, e-mailes elérhetősége, telefonszáma a vállalkozásnak. Ha a fogyasztó külföldi áruházból rendelt, probléma esetén fordulhat az ITM-en belül működő Európai Fogyasztói Központhoz, amely a határon átnyúló ügyekben jár el eredményesen.

A láncok üzleteiben is jellemző a költést ösztönző módszer, az óvatosság mindenütt tanácsos!

Thurzó Katalin

[Eredeti](#)

(Magyar Nemzet, 2019. november 25., hétfő, 16. oldal)

GVH - influencer-marketing

Mostantól milliós büntetésre számíthatnak a Gazdasági Versenyhivaltól azok az influencerek, akik nem tüntetik fel, hogy a közösségi médiában, reklám céljából szerepeltetnek egyéb terméket. A GVH hasonló szigorral fog eljárni a reklámozó vállalkozásokkal szemben is - hangsúlyozta az InfoRádiónak a Lakatos, Köves és Társai Ügyvédi Iroda ügyvédje. Címke: Varga Noémi, fellépés, szigorúság, kötelezettségvállalás, szerződés, be nem tartás, bírságok, piac, orientálás, közzétételek, útmutató, , hashtag, reklám, feltüntetés, fogyasztók, érzékelés,

[Eredeti](#)

(InfoRádió, 2019. november 25., hétfő, 14 óra)

A túlfogyasztásellenes napon tartják idén a fekete pénteket

November 29-e idén nemcsak fekete pénteket jelent a fogyasztásban, de erre a napra esik a nemzetközi Ne vásárolj semmit! nap is.

- A black friday, azaz a fekete péntek akciók időszaka idén nagyon hamar elkezdődött, a webáruházak több héten keresztül is hirdetik a kedvezményes ajánlatokat vagy több alkalommal is kínálnak fekete pénteki árengedményt. A kollégák november eleje óta figyelik és rögzítik képernyőfotóval a különböző honlapokat annak érdekében, hogy ellenőrizhető legyen, hogy az akciós napokon valós árengedményt adnak-e a cégek - mondta lapunk megkeresésére Cseresnyés Péter az első ideji tapasztalatok kapcsán. Az Innovációs és Technológiai Minisztérium (ITM) kereskedelempolitikáért és fogyasztóvédelemért felelős államtitkára kifejtette: a szaktárca munkatársai több esetben is azt tapasztalták, hogy a black friday idején teljesen megváltozott a weboldalak felépítése. - Ez a gyakorlat megnehezíti az eligazodást a termékek és akciók között, ami nemcsak a megvásárolni kívánt termékeket már korábban kiválasztó, tudatos fogyasztóknak jelenhet problémát, hanem a fogyasztóvédelmi ellenőrzések során is bonyolultabbá teszi az ártörténet vizsgálatát, a termékek régi és új árainak összehasonlítását - jegyezte meg Cseresnyés Péter. Mint mondta, az online áruházak rendszeres vizsgálatával a tárca mostanra visszaszorította a lehetséges jogsértéseket, amivel sikerült a korábbi 50 százalékról 17 százalékra csökkenteni a visszaélésekről szóló kísérletek arányát, így ma már kevésbé kockázatos az internetes vásárlás. A fogyasztóvédelmi hatóság a nyugodt ünnepi felkészülés érdekében az év végén fokozza a jelenlétét az online térben. Az ITM IT Laboratóriuma ezzel együtt egész évben ellenőrzi a webáruházakat, ahol a black friday kezdete előtt kiemelten vizsgálja az elállási, szállítási és fizetési feltételekről szóló tájékoztatást és az árképzést. A próbavásárlások és a honlapok ellenőrzése során a szakemberek úgy tapasztalják, a leggyakrabban az elállással, jótállással kapcsolatban merülnek fel problémák, emellett sokszor hiányos a vitarendezési lehetőségekről szóló tájékoztatás a virtuális boltokban. A minisztérium a tudatos vásárlás támogatására e-kereskedelmi tájékoztatót, internetes "kisokost" is összeállított az ellenőrzések tapasztalataiból, amely a Fogyasztóvédelem.kormany.hu oldalon nyolc pontban foglalja össze a virtuális vásárlással kapcsolatos legfőbb tudnivalókat. - Thurzó Katalin

[Eredeti](#)

(magyarnemzet.hu, 2019. november 25., hétfő)

Legalább zölden rendeljen, ha már pénzt költ Fekete Pénteken

Alig pár napon belül, december 29-én, megőrül az ország és az emberek eszméletlen mennyiségű pénzt költenek a "Fekete Péntekre" hivatkozva. Azt viszont kevesen tudják, hogy míg Amerikában - a "Black Friday" hazájában - ez tényleg egy nem mindennapi nap az akciók terén, hazánkban nem lehet elájulni az órisái akcióktól. Sőt, csak alig kevesebbet lehet vásárolni, mint azt év közben bármikor.

Az utóbbi években többször előfordult már, hogy a cégek szándékosan magasabb "eredeti" árat írtak a termékekre, csak azért, hogy ezen a jeles napon jól lehúzhassák a vásárlókat, akik leginkább ilyenkor nyitják ki a pénztrácájukat karácsony közeledtével. A jeles nap előtt nem árt böngészni kicsit a Gazdasági Versenyhivatal oldalán, meglepő dolgokat lehet találni az előző évek átveréseiről.

Azonban ha mégis vásárlásra adja a fejét, ne csak annak járjon utána, hogy mennyivel jár jobban az adott portékával, mint egy átlagos napon, de tartsa észben azt is, hogy a csomagok kiszállításának milyen ökológiai lábnyoma van. Tudta például, hogy a csomagautomatás rendelés kevésbé terheli meg a levegő szén-dioxid-kibocsátását, mint a házhozszállítás?

A budapesti Corvinus Egyetem legújabb tanulmánya a hazai csomagküldő megoldások károsanyag-kibocsátását vetette össze.

A szakértők megállapították, hogy az egy küldeményre jutó szén-dioxid- kibocsátás a csomagautomatás kézbesítés esetében a legalacsonyabb (0,42kg CO₂e/csomag), míg a házhoz történő csomagkézbesítés átlagban a legmegterhelőbb a környezetre (0.823kg CO₂e/csomag). A tanulmány arra is felhívja a figyelmet, hogy a legtöbb csomagküldő cég "háztól-házig" szolgáltatást nyújt, akár többször is megismételve a kiszállítást abban az esetben, ha a címzett nem tudja átvenni a csomagot, ezzel tovább terhelve környezetünket.

KALKULÁTORUNKKAL (csak kattints rá) MOST KISZÁMOLHATOD, HOGY:

- Mekkora az agyad a magyar átlaghoz képest?
- Mekkora lenne az ideális vérnyomásod?
- Mennyi pénzt kellene keresned, ha rendesen megfizetnék a tudásodat?

[Eredeti](#)

(profitline.hu, 2019. november 25., hétfő)

Lendületben az e-kereskedők

(2019/8)

Óriási rekordokat döntött az idén is a szinglik napja, az Alibabán keresztül elképesztő összeget költöttek el a fogyasztók, de a hazai e-kereskedőknek is vidám karácsonyuk lehet, hiszen stabilan nő a piac. A nemzetközi riválisokkal szembeni eredményesebb fellépés és a versenyképesség erősítése indokolta a szektor legnagyobb cégeinek fúzióját, ami novemberben lezárulhat.

Az Alibabán, a világ egyik legnépszerűbb internetes kiskereskedelmi portálján 11 640 milliárd forint az egyetlen napi forgalom. Persze a képet árnyalja, hogy ezt nem egy átlagos napon sikerült elérni, hanem november 11-én. vagyis a szinglik napján. Az elképesztő mértékű érdeklődést jól jelzi, hogy a tavalyi egy óra után az idén mindössze fél órára volt szükség ahhoz, hogy a kínai és a világ más részén élő vevők 10 milliárd dollár értékben rendeljenek akciós termékeket

A szinglik napjára időzített akciók óriási sikere jól mutatja, hogy mennyire fel tudják porgetni az online forgalmat a kedvezmények, és ezt természetesen a hazai e-kereskedők is igyekeznek kihasználni. Ezt az is jól mutatja, hogy a korábban kiemelt napnak számító Black Friday is egy időben egyre inkább elhúzódó akciós időszakká vált. Ráadásul ma már nemcsak a webáruházak, de egyre több hagyományos üzlet is beszáll a versenybe, sőt a távközlési szolgáltatók is komoly kedvezményekkel készültek november második felére.

STABIL NÖVEKEDÉS

Azt egyelőre nem lehet tudni, hogy mekkora lesz az érdeklődés az idén a Black Friday-akciók kapcsán, de Madar Norbert, a GKI Digital vezető tanácsadója biztosabban, hogy a tavalyi évhez képest növekedést hoz majd. A szakértő ugyanakkor arra is rámutatott, hogy a Black Friday körüli izgalom valószínűleg már tetőzött nálunk, amit a kereskedők, a sajtó hozzáállása is jelez, de az is mutatja, hogy az embereknek már nincs "kihagyhatatlanság" érzése a kedvezmények miatt.

A GKI Digital vezető tanácsadója szerint az idei év 17-18 százalékos bővülést hozhat a hazai online kiskereskedelmi piacon, és bár a növekedés folytatódik, úgy tűnik, hogy a fejlődés üteme a következő néhány évben hasonló lehet. Jelenleg mintegy 3,3 millió aktív online vásárlóval lehet számolni, akik évente többször rendelnek webáruházakból. Az elkölthető jövedelem a gazdasági helyzet miatt nőtt, ez pedig segítheti a további bővülést. Madar Norbert szerint az hozhat komolyabb felfutást a hazai e-kereskedelemben, amikor a legfiatalabbaknak, a Z generáció képviselőinek saját keresetük lesz, és azt kezdik el költeni a weben. Erre egyébként nem kell túl sokat várni, 2-3 év múlva már tömeges lehet a belépésük a piacra, ami jelentős változást hozhat a forgalomban is,

A legnagyobb online forgalmat hozó termékkategóriák kapcsán egyébként nincs változás, a műszaki cikkek - idesorolják a számítástechnikai eszközöket, a háztartási gépeket, a szórakoztatóelektronikai készülékeket, a mobiltelefonokat - továbbra is meghatározók a piacon. Viszonylag alacsony bázisról ugyan, de egyre látványosabb növekedést tud felmutatni az FMCG-szektor, amiben komoly potenciál van a GKI Digital szakértője szerint. Ráadásul az internetes értékesítést már megkezdő nagy üzletláncok mellett további belépőkre is lehet számítani, mint például a cseh háttérű Kifli.hu-ra, amely a közelmúltban kezdte meg friss élelmiszerek és háztartási cikkek online forgalmazását

MINDEN CSATORNA SZÁMÍT

A hazai webáruházak fejlesztéseinél egyértelműen a kényelmi tényezők kerülnek előtérbe, és az idei év egyik meghatározó trendje a mobilos használat kiemelt támogatása. Ez indokolt is, hiszen az idén már a böngészők több mint fele mobilplatformról keresi fel a webshopokat. Ugyanakkor egyelőre a mobiltelefon inkább a döntést támogató, azt előkészítő eszköz, míg a tényleges tranzakciónál a régi platformok - asztali gépek, laptopok - dominálnak, de ezen a területen is megfigyelhető a mobilos előretörés.

Egyre több kereskedő ismeri fel azt is, hogy az omnichannel megközelítés nem csupán egy lehetőség, de kulcsfontosságú a versenyképesség megtartásában is. A webáruházak működtetői rájöttek, hogy szükség van fizikai jelenlétre, ahogyan a hagyományos üzlethálózatok is rádöbbentek, hogy az online csatorna tovább porogtathatja a forgalmukat. Ugyanakkor viszonylag kevés példát látni jól működő omnichannel szolgáltatásra, hiszen ez nem csupán azt jelenti, hogy az online megrendelt termékeket egy fizikai üzletben is átvehetik a fogyasztók, hanem egy olyan koncepciót, amiben - függetlenül attól, hogy az adott vevő melyik értékesítési csatornát használja - a kereskedő rendszereiben egy entitásként van jelen.

KÜLFÖLDI RIVÁLISOK

A magyar e-kereskedők fejlesztéseit, a kiszolgálás tökéletesítését persze az a trend is ösztönzi, hogy a hazai fogyasztók egyre bátrabban vásárolnak külföldről. "A már említett 3,3 millió online vevő 57 százaléka rendelt már külföldről. Az adatok alapján leginkább az árérzékeny fogyasztói réteg él ezzel a lehetőséggel, olyan termékek esetén, amelyeknél a márka kevésbé fontos. Míg a teljes piacon az átlagos kosárérték 12-13 ezer forint, addig a külföldről való online rendeléseknél ennek az összegnek kevesebb mint a fele az átlag. A nagy, globális szereplők sok fogyasztót érnek el, hiszen bőven van forrásuk hirdetésre, ennek köszönhetően igen erős a jelenlétük a közösségi médiában, és a márkaismertségük miatt fenyegetést jelenthetnek a hazai szereplőkre" - tette hozzá Madar Norbert

ITTHONI LEHETŐSÉGEK

A nagy nemzetközi szereplőkkel szembeni versenyképesség erősítése volt a fő mozgatórugója a hazai e-kereskedelmi piac legnagyobb idei tranzakciójának, amelynek keretében a szegmens két vezető szolgáltatója, az Extrémé Digital és az Emag összeolvad. Várkonyi Balázs, az Extrémé Digital vezérigazgatója érdeklődésünkre elmondta, hogy mivel csak a közelmúltban kapták meg a Gazdasági Versenyhivatal engedélyét a fúzióhoz, a jövőbeni működésre vonatkozó konkrét tervekben csak ezt követően kezdhettek el dolgozni, de mivel két nagyon erős márkáról van szó, amelyek célcsoportjai sok tekintetben különböznek, felelőtlenség lenne gyorsan megszüntetni valamelyik brandet.

"Egy egyetlen lépéssel duplájára növekvő vállalatnak komoly optimalizálási lehetőségei vannak beszerzésben, logisztikában, szervízben, működésben, amelyek szinte azonnal forintra válthatók. Egy csapattal és egy vezetővel például sok ponton lehet a korábbinál hatékonyabban működtetni a logisztikát, és az ezzel megtakarított összeget arra lehet fordítani, hogy versenyképesebbek legyünk, szolgáltatásokban, valamint árban is felvegyük a versenyt a nagy szereplőkkel. Véleményem szerint ez az igazi válasz az Amazon, az Alibaba, a Wish és a többi multinacionális vállalat térnyerésére. Ez a fúzió biztosíthatja, hogy a következő öt évben is egy félig magyar tulajdonú cég legyen a hazai piac legnagyobb szereplője" - hangsúlyozta Várkonyi Balázs. Az Extrémé Digital vezetője szerint a tranzakciót még novemberben lezárják, igaz, az egyesülés jogi folyamata további 5-6 hónapig elhúzódhat.

HAZAI FÓKUSZ

Az Extrémé Digital a szeptember végén zárult üzleti évében 41,2 milliárd forintos forgalmat ért el, ami az egy évvel korábbihoz képest 15 százalékos növekedés. Ez a bevétel azt is jelentette, hogy sikerült szinte pontosan a terveknek megfelelő eredményt elérni. A bővülésben meghatározó szerepet játszottak a külföldi érdekeltségek, Románia és Horvátország is erős fejlődést mutatott fel. "Az év elején nyílt meg a bukaresti boltunk, így a hazai nyitásokkal együtt 18 fizikai üzletünk van. Jövőre tovább nő a hálózat, mivel megnyitjuk a zágrábi üzletünket is. Ebben az évben németországi webáruházzal bővül a portfólió, így már nyolc országban leszünk jelen. Afúzió miatt ugyanakkor azt a döntést

hoztuk, hogy a következő üzleti évben a magyar piacon lesz a fő hangsúly, Itt erősítjük a pozíciónkat" - tette hozzá Várkonyi Balázs.

Az Extrémé Digital vezetőjének tapasztalatai szerint a magyar fogyasztók előnyben részesítik a hibrid modellt. Folyamatosan nő az online megrendelések száma, de egyre többen választják azt a lehetőséget, hogy egy üzletben vegyék át a kiszemelt terméket. Az Extrémé Digital esetén például az értéket tekintve 55 százalékos az üzletben való átvétel részesedése az online rendeléseknél

Gazdag karácsony

Az idén átlagosan nyolc ember megajándékozását tervezik a hazai netezők, és a tavalyi 41 ezer után 48 400 forintot szánnak ajándékokra összesen - derül ki az Árukereső.hu és a GKI Digital közös felméréséből. Az utóbbi évek fejlődését jól mutatja, hogy az idei karácsonyi költség 20 ezer forinttal haladhatja meg a négy évvel ezelőtti keretet. A megajándékozandók körét a szűk, valamint a tágabb család mellett barátok, kollégák, egyéb ismerősök alkotják. Az online vásárlás dinamikus fejlődése mellett az internet már a rendelés előtti tájékozódásban is megelőzi az olyan hagyományos csatornákat, mint a bolti nézelődés, az akciós újságok és egyéb hirdetések. reklámok böngészése. Újdonság azonban, hogy helycserére került sor a világhálón belüli tájékozódási források sorrendjében: 2019-ben már az ár-összehasonlító oldalak használata a legkedveltebb megoldás a vásárlás előtti tájékozódás és termékkeresés során, megelőzve a webáruházak kínálatának átnézését, valamint az internetes keresőkből induló tájékozódást.

Kalocsai Zoltán

[Eredeti](#)

(Marketing és Média, 2019. november 25., hétfő, 40+41. oldal)

Márkapárbajok a nagyvilágban

Az egyes brandek párviadala termékeny forrása a humornak és a jó tartalomnak. Kérdés az, hogy meddig lehet elmenni és meddig érdemes

Egy kis csipkelődés a konkurens márkák között elindíthat egy olyan hírlavinát, amely a brandismertség növelését segítheti. Legutóbb a Burger King szúrta oda a McDonald"-nak halloween- kor. A kreatív dolgozók az egyik New York-i éttermük teljes épületét beborították egy hatalmas fehér lepellel, amelyet kivágtak a "szemeknél" és egy nagy M betűt rajzoltak a "homlokára". A Burger King mókamesterei a biztonság kedvéért a szellem hasára ráírták, hogy McDonald"s, ha esetleg valaki nem Ismerné fel a halloween- jelmezt. A Twitteren közzétett fotó elég megosztó volt, mivel sokak szerint ez a lépés akár visszafelé is elsülhet. A legtöbben a jelmez alatti felirattól sokalltak be, amelyen ez állt: "Booo! Csak vicceltünk, még mindig lángon grillezzük a hamburgereket! Boldog halloweent!" Ezzel a húzásukkal a Burger King azt szeretne volna üzeni, hogy a McDonald"s alkalmas arra, hogy embereket lehessen a céggel és a termékeikkel ijeszgetni.

Néhány hónappal korábban a svéd McDonald"s elvesztette a Big Mac védjegyet egy perben, amelyet a Supremac"s nevű ír gyorsétteremláncsal szemben indítottak, mert úgy vélték, az egyik hamburger elnevezése túlságosan hasonlít a Bic Mac névre. A Burger King a versenytárs vesztett peréből is tréfát űzött: egy külön részleget hoztak létre Svédországban, amelyet nem Bic Macnek neveztek el. De nem csak Burger King szokott tréfát űzni a

McDonald"sból. a Wendy"s rendszeresen teszi ezt a különböző közösségi oldalakon. És mit lép a fricskákra a McDonald"s? Semmit. Papp-Váry Árpád, a Budapesti Metropolitan Egyetem dékánja szerint egy piacvezető márkának nem szabad és nem is szükséges foglalkoznia az ilyen támadásokkal, amit rendszerint a kisebb brandek indítanak. A kihívók ezekkel a lépéseikkel kockáztatják a márkaimázsukat is, főleg, ha a támadott fél nem is reagál, hiszen akkor áldozatként jöhet ki a történetből. "A csipkelődés egy vicces szinten elfogadható, de ha a fogyasztók úgy gondolják egy beszólásról, hogy az már túl sok, akkor rögtön elkezdik védeni a támadott márkát, és a támadóra fognak megharagudni, őt fogják büntetni" - fejti ki Lakatos Zsófia, a Magyar PR Szövetség elnöke.

VISSZAVÁGÓ

Természetesen van több piacvezető márka, amely könnyedén visszadobja a labdát a kihívó versenytársnak. A Coca-Cola és Pepsi-Cola folyamatos heccelik egymást - vagyis ha jobban tanulmányozzuk az egymás felé tett lépéseket, inkább a Pepsi próbál a humor eszközeivel beszólni a nagyobb márkának, amelyik időnként frappáns válaszokkal reagál. A legklasszikusabb példa az a reklám, amelyikben egy kisfiú odamegy a Coca-Cola-automatához, bedob egy érmét, a gép pedig kiad neki egy Coca-Co- lát. Bedob még egyet, mire kijön egy újabb ital, majd a fiú feláll a két kólára csak azért, hogy elérje ugyanannak az automatának a Pepsi gombját. Egy másik reklámban találkozunk két kamionvezető: az egyik coca-colás autót vezet, a másik pepsiset. Beülnek egy bárba, ahol titokban megkóstolják egymás italát, mire a Pepsiket szállító kamionsofőr fintorogva visszatolja, míg a Coca-Colát vezető nem akarja visszaadni, annyira ízlik neki. Hasonló alapokon nyugszik az a Pepsi-reklám is, amelyben egy kislány az apukájával együtt bemegy egy olasz étterembe, kér egy Pepsit, de Coca-Colát csapolnak neki. Észreveszi, és a Keresztapa hangján elkezdni mondani, hogy mégis hogy sértheti meg ennyire őt és a családját, majd kap egy dobozos Pepsit és visszatér a kislány hangja.

Néhány évvel ezelőtt a Pepsi kiposztolt egy kreatívot a Pinteresten, amelyen egy Coca-Cola-ruhába öltözött Pepsi-doboz kívánt halloween napján ijesztő ünnepeket. A Coca-Cola erre sokkal frappánsabb választ adott, a dobozt körbeölelő piros köpenyre utalva visszaküldte ugyanazt a kreatívot, csak más szöveggel: Mindenki hős akar lenni. Lakatos Zsófia szerint nem érdemes mindig mindenáron visszavágni a versenytársnak, mert egy gyenge poén sokkal többet árthat a márkaimázsuknak. A Coca-Cola akkor lépett, amikor felismert egy lehetőséget, és azt vissza tudta fordítani a feladónak. A két bejegyzés futótűzként terjedt a neten, és látható rajtuk, hogy egyik márka sem aggódott, gond nélkül feltűntették egymás lógóját, arculatát, amit az uniós joggal összhangban a magyar Gazdasági Versenyhivatal és a Magyar Reklámszövetség etikai kódexe is tilt. "Országunként megvannak a különbségek. Amerikában viszonylag liberálisan lehet kezelni, megjeleníteni a versenytársat a reklámban, és ott jellemzően humorral operálnak. Ezzel szemben Magyarországon nagyon sokáig nem lehetett összehasonlító reklámot készíteni. Ma már lehet, de csak szigorúan tényszerű alapokon" - hívja fel a figyelmet Papp-Váry Árpád. Ez annyit jelent, lehet azt mondani, hogy az egyik gyógyszerben ugyanannyi hatóanyag van, de fél áron beszerezhető, viszont a versenytárs leszólásáért büntetést is kiszabhat rá az Önszabályozó Reklám Testület.

HOL A HATÁR?

A Vodafone-nak néhány éve volt egy reklámja, amelyben egy raliversenyen száguldozott egy autó piros színekben, miközben a magenta színű Telekom lerobbant. Mivel ez a vélemény nem volt tényszerű, harmadik fél által igazolva és pontos mérésekkel alátámasztva, nem felelt meg a jogszabályoknak, a vállalat büntetést kapott. "Magyarországon kevesebb humoros megoldás van, mert nem sok márka meri bevállalni a versenytársak heccelését a szigorú törvények miatt" - véli a Metropolitan Egyetem dékánja. Az Audi és a BMW szokta néha szapulni egymást különböző kreatív megoldásokkal reklámokban vagy óriásplakátokon,

de ők is a külföldi példákon felbuzdulva. Kaliforniában indult a konkurenciaharc még az A4-es Audi megjelenésével és a következő szlogennel: "Te következel, BMW". Erre jött a 3-as BMW a plakátjával, és egy "Sakk-matt!" felirattal válaszolt. Ezt a pofont szerette volna elfeledtetni az Audi az Audi R8-as plakátjával. A témakör maradt a sakk, a szlogen ezúttal a következő volt: "A gyalogotok nem ellenfél a királyunknak!" A BMW nem esett kétségbe, egy minizeppelint kötött az Audi óriásplakátjához, és egy teljesítményben jóval ütőképesebb modellt húzott elő, a Forma-1-es autójukat, amivel úgy gondolták, hogy nemcsak a csata, de a háború is véget ér. "Game Over" - állt a léghajón. A BMW-t végül Magyarországon lehetett csak "lecsapni", ami a Mercedesnek sikerült. Az autómárka egy óriásplakáton jelenítette meg: "A BMW X3 télen is megállíthatatlan." Erre jött a Mercedes válasza, a saját autóját photoshoppolva egy mellette álló plakátra: "Télen is biztonságosan megállítható!" A fotó csak a közösségi oldalakon terjedt, hiszen ez a fajta csipkelődő reklámharc itthon még nem lehetséges. Idehaza az egyik legemlékezetesebb élcelődés talán a Monyó sörfőzde nevéhez fűződik. Amikor tavaly megjelent a Dreheről a Pale Ale, a sörfőzde stíluszerűen három óriásplakátot helyezett a Dreher sörgyárával szembe. Az elsőn az a szöveg jelent meg, hogy "Megkóstoltuk a Pale Ale-t. Hadd segítsünk, szomszéd!", a másodikon megosztották az American Beauty receptjét, a harmadikra pedig csak annyit írtak: "Szívesen!" A kézműves sörfőzde Facebook-bejegyzésben tette közzé ezt a három plakátot a következő szöveggel: "Ráadásul az első 100 magánszemély, aki kijön hozzánk a főzdébe és hoz magával egy palack Dreher Pale Ale-t, annak beváltjuk a sörét egy üveg American Beautyra." A Magyar PR Szövetség elnöke szerint a kreatív plakátok még a "cuki" kategóriába tartoznak, de a Facebook-bejegyzéssel már átlépett egy határt a hazai sörfőzde. "Ha egy márka nyíltan, bántón leszólja a versenytárs produktumát, az negatívan hathat vissza a márkára, hiszen a közönség megpróbálja védeni az áldozatot. Akkor már nemcsak a konkurencia támogatóit bántja meg, hanem a sajátjai is ellene fordulnak." Jó példa az az eset, amikor a Telekomnál komoly technikai probléma lépett fel és leállt a rendszer, amire egy vodafone-os kolléga írt a Telekom Facebook-oldalára, hogy "Csörögjetez ránk, mert mi segítünk." Az illetőt eltávolították a pozíciójából.

Szilágyi Katalin

[Eredeti](#)

(Marketing és Média, 2019. november 25., hétfő, 58+59. oldal)

Ne higgyünk a csodálatos gyógyulást ígérő kezeléseknek

Sorozatunkban az átverős termékbemutatókkal kapcsolatban vártuk olvasóink kérdéseit. A fogyasztóvédelmi szakértők válaszából kiderült, az üzlethelyiségen kívül vásárolt termékekre 14 napos elállást biztosít a jog.

- Nemrég részt vettem egy ingyenes egészségügyi állapotfelmérésen, ahol közölték, daganatom van. Kétségbeestem, de megnyugtattak, van egy kiváló termékük, a lézeres karkötő, amit megvásároltam, de nagyon megbántam. - Nem ritka, hogy idős embereket ilyen így csapnak be. Ez a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat egyik minősített esete: "Annak valótlan állítása, hogy az áru alkalmas betegségek, illetve az emberi szervezet működési zavarainak gyógyítására." Javasoljuk, hogy tegyen panaszt a megyeszékhely szerinti Járási Hivatal Fogyasztóvédelmi Osztályán. Fontos, hogy az üzlethelyiségen kívül vásárolt

termékek esetében a szabály 14 napos elállási jogot biztosít, tehát ha rájövünk, hogy elhamarkodottan döntöttünk, elállhatunk a vásárlástól. Akkor is, ha esetleg hitelszerződést is kötöttünk a termékre - az elállás a kapcsolódó szerződéseket is megszünteti. Sajnos a vállalkozások mindezt kijátszva leggyakrabban már saját telephelyükre hívják meg az idős embereket, így kizárva az elállás lehetőségét. Nem lehet elégszer hangsúlyozni, hogy a súlyos betegségekből való csodálatos gyógyulást ígérő termékeknek, kezeléseknak sosem szabad hinni, és hogy csakis alapos körütekintést követően vásároljunk gyógyhatású terméket, vagy vegyünk igénybe bármiféle kezelést. - Több évvel ezelőtt részt vettem egy termékbemutatón, ahol nem vettem semmit. Viszont aláírtam velem néhány papírt, hogy ott voltam, de sajnos nem olvastam el. Most levelet kaptam egy követeléskezelő cégtől, hogy tartozásom van, amit most már nekik kell kifizetnem, különben végrehajtást indítanak. - Vélhetően az ön által aláírt dokumentum tartalma nem csupán a jelenlét igazolására szolgált, és erre alapozza igényét a követeléskezelő cég. Javasoljuk, hogy írásban - tértivevényes postai levélben - jelezze nekik, hogy nem vett semmit a vállalkozástól azon a termékbemutatón, ezért nem ismeri el a követelésüket. Amennyiben a behajtó cég közjegyző általi fizetési meghagyást bocsát ki önnek szemben, akkor feltétlenül éljen 15 napon belül ellentmondással a közjegyző felé. Ekkor peres eljárás alakul az ügyük, ahol a másik félnek kell bizonyítania a követelés jogosságát, ön pedig előadhatja, hogy megtévesztették, és adásvétel nem jött létre. Az ellentmondás azt eredményezheti, hogy a másik fél eláll a perindítástól, mert nem tudja bizonyítani az igény jogosságát. Ha azonban a fogyasztó nem reagál semmit a közjegyző levelére, a követelés végrehajthatóvá válik. - K. A.

[Eredeti](#)

(delmagyar.hu, 2019. november 25., hétfő)

Egészségügyi korrupció: szélesen terítve

A magyar egészségügy aggasztó állapota állandó téma a közbeszédben. A kormány azt szajkózza, hogy sok pénzt költ erre. A pénz valahol eltűnik. Az ÁSZ lesújtó kritikát alkotott az Állami Egészségügyi Ellátó Központ közpénzfelhasználási gyakorlatáról. A furcsa közbeszerzések mögött állami cégvezető, hadfelszerelési kormánybiztos és Mészáros Lőrinc bizalmi emberei is felsejlenek.

Az Állami Számvevőszék (ÁSZ) a múlt héten hozta nyilvánosságra az Állami Egészségügyi Ellátó Központ (ÁEEK) 2015-2017 közötti időszakra kiterjedő ellenőrzésének eredményét. Az ÁSZ megállapította, hogy az egészségügyi intézmények eszközellátásáért felelős állami intézmény az ellenőrzött időszakban nem biztosította az átlátható és elszámoltatható közpénzfelhasználást, a vagyon értékének megőrzését. Ráadásul az intézmény nem volt védett a korrupciós kockázatokkal szemben sem. Ez az ÁSZ szóhasználatát tekintve erős megfogalmazás. Főként, ha a részleteket is hozzávesszük. Az ÁSZ szerint a központ belső kontrollrendszerének kialakítása és működtetése nem volt szabályszerű a vizsgált években, míg 2017-ben a belső ellenőrzés működtetése sem felelt meg a törvényi előírásoknak. Az ÁSZ feltárta, hogy ÁEEK-nél a jogszabályok által előírt integritást támogató kontrollok kiépítése nem a kockázatokkal arányosan történt, így az intézmény 2017-ben nem volt védett a korrupciós veszélyekkel szemben. (S ha akkor nem, akkor a kontrollok kiépítése előtt még kevésbé lehetett.) Bátor vállalkozás ez a jelentés a

kormányhoz lojális számvevőszék ellenőreitől. A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) például 2016 óta vizsgálódik egy ÁEEK által 2015 második felében uniós projekt keretében meghirdetett egészségügyi eszközbeszerzési program ügyében, de még mindig nem sikerült a nyomozás végére jutniuk. Az eredetileg 9 milliárdosra tervezett, utóbb 32 milliárdosra hízott 2015-ös MR-, CT-, röntgen- és más egészségügyi berendezések beszerzése kapcsán a GVH azt gyanította, hogy a cégek előre egyeztették a pályázati indulásokat. A GVH által vizsgált ügyek éppen arra az időszakra esnek, amelyet most az ÁSZ is vizsgált. Az ÁEEK 2015-ös szerződései között kiemelkedő rész jutott "Az infrastruktúra fejlesztések az egészségpólusokban" címet viselő uniós programhoz kapcsolódó kontraktusoknak. Az informatikai háttérrel szállító T-Systems 850 millió forintos összértéket kitevő szerződése azonban eltörpülnek a VMD Kórházi Technológiai Zrt. 4 milliárd forintot is meghaladó összértékű megállapodásai mögött. A cégnek előbb igazgatótanácsi tagja, majd 2014-től 2016 áprilisáig (tehát éppen az adott időszakban) vezérigazgatója volt Maróth Gáspár, akit tavaly tavasszal hadfelszerelési kormánybiztossá nevezett ki Orbán Viktor. Maróth Gáspár édesapja egyébként Maróth Miklós, Orbán Viktor régi barátja és tanácsadója, akit nemrégiben az Akadémiától elvett kutatóintézeti hálózat vezetőjének nevezett ki a miniszterelnök. A VMD Zrt. tulajdonosai között a Medshare Kft.-n keresztül feltűnik Kertész Mariann is, aki Homolya Róbert MÁV-igazgató felesége. Homolya korábban közbeszerzésekért felelős helyettes államtitkár, majd a Miniszterelnökség közlekedéspolitikai államtitkára volt. Még kinevezése előtt vezetett közbeszerzési cégének szerződéseit az OLAF is vizsgálta. Úgy tűnik, az ÁEEK később sem lett ügyesebb a közbeszerzési tenderek lebonyolításában. Szabálytalanságok miatt 2017-ben (szintén a vizsgált időszakban) két tenderét is elmeszelte a Közbeszerzési Döntőbizottság, több tízmillió forintos bírsággal sújtva az állami céget, amely hiába támadta meg a döntést, a Fővárosi Bíróság is arra jutott, hogy az ÁEEK súlyos jogsértéseket követett el. Holott a kórházellátó az ÁSZ által vizsgált időszakban számos közbeszerzési tanácsadói szerződést kötött több százmillió forint összértékben tanácsadó cégekkel és ügyvédi irodákkal, köztük a Juratio Zrt.-vel, a Szerényi Ügyvédi Irodával és az Ész-Ker Zrt.-vel. A cégek jól beágyazottak, szerződéses partnereik többek között feltűnik a Magyar Állami Operaház, a Fővárosi Főügyészség, a Földművelésügyi Minisztérium, a Belügyminisztérium, az állami HungaroControl Zrt., a Magyar Nemzeti Vagyonkezelő, illetve a Várban zajló nagyszabású kormányzati ingatlanfejlesztésekért felelős Budavári Ingatlanfejlesztő és Üzemeltető Kft.-t. Az Ész-Ker az SBGK ügyvédi irodával közösen számos nagy értékű megbízást nyert az állami szférától, de üzleteltek már Garancsi Istvánnal és Tiborcz István üzlettársának számító Hamar Endrével is. Az SBGK Ügyvédi Iroda oszlopos tagja egyébként nem más, mint Bajkai István, a Fidesz egyik alapító tagja, aki Orbán Viktort és lányát, Ráhel is több alkalommal képviselte különféle jogügyletekben. Az ÁEEK állami szerződéssel jól megszórt közbeszerzési tanácsadó cége a Provital Zrt. és az Első Magyar Közbeszerzési Tanácsadó Zrt. is. (A vizsgált három évben 300 millió forint felett szerződtek a két céggel.) Mindkét cég tulajdonosa Antal Kadosa Adorján, akit Mészáros Lőrinc köréhez szokás sorolni. Legutóbb Andy Vajna egykori médiabirodalmához tartozó Est Médiaiban szerzett részesedét. Míg az ÁEEK-nak szintén tanácsokat adó Csendes Consulting Kft. a Liget-projekt körül tűnt fel legutóbb. Az építési, kivitelezési munkákat sem akármely cégek nyerik el. Így az érintett időszakban 2015-ben a Magyar Építő Zrt, 2016-ban a Tiborcz üzlettársaként megismert Paár Attila vezette West Hungária Bau, illetve a Swietelsky kapott több milliárdos megbízást. Az ÁEEK láthatóan szeret előre gondolkodni. A vizsgált években tucatnyi megvalósíthatósági tanulmányt és koncepciótervet rendelt meg, illetve szakmai tanácsot kért több százmillió forintért. De jutottak milliók jogi képviseletre, "személyek kiválasztására irányuló eljárásban való részvételre", fuvarozásra, "továbbképzések logisztikájának biztosítására" és ingatlan

bejegyzésének intézésére is. S ez csupán az a három év, amit az ÁSZ ellenőrzésekor vizsgált. A kórházfenntartó egyébként közleményben reagált az ÁSZ-jelentésre, kiemelve, hogy Kásler Miklós miniszter a kórházfenntartó gazdálkodása körüli problémákat érzékelve kinevezése után teljes vezetőszeret rendelt el az Állami Egészségügyi Ellátó Központ élén. Az új főigazgató pedig (az ÁSZ által vizsgált időszak után) hivatalba lépésekor áttekintette az intézmény pénzügyi- és vagyongazdálkodását, és intézkedéseket hajtott végre a szabályszerű működés helyreállítása érdekében, beleértve a belső kontrollrendszer kialakításának és működtetésének szabályszerűségét. De azért - tette hozzá az intézmény vezetője - megszívlelik az ÁSZ javaslatait. S ez jó hír, hiszen már javában folyik a Rétvári Bence EMMI államtitkár által 700 milliárdosra taksált Egészséges Budapestért Program végrehajtása, amelynek keretében az ÁEEK tavaly karácsony után egy nappal csaknem egy tucatnyi szerződést írtak alá MR, CT, RTG berendezések szállításáról 72-672 millió forint közötti értékben, de a program azóta is rendületlenül halad előre. A négy millió embert ellátó fővárosi és Pest megyei intézményhálózat korszerűsítési programjára kapott pénzből többek között jut a kormány média új csillagának számító Balásy Gyula cégének, a New Land Media Kft.-nek, a NER egyik fontos ügyvédjeként számon tartott Perenyi Tamásnak, aki többek között a 4-es metró építése, a 3-as metró kocsijainak felújítása, illetve Paks bővítése körül is feltűnt, az immáron Mészáros Lőrinc érdekeltségi körébe tartozó 4iG-nek. Az újak mellett előkerülnek a régi beszállítók is. A 2015-ös eszközbeszerzéskor 2,3 milliárdért ápolási eszközöket szállító Artmed Kft., illetve az aneszteziológiai berendezésekre szerződő Aladdin Kft. közül előbbi most ágyakat szállít 2 milliárdért, utóbbi lélegeztető gépeket és altatóállomásokat 3 milliárdért. De az időközben NER-közelbe került (A fenti képen Jászai Gellért látható, a T-Systems-et felvásároló 4iG vezérigazgatója) T-Systems is kapott 2,31 milliárdos megrendelést. S újra feltűnt a VMD Zrt is, igaz eddig alig 41 millió forintra sikerült szerződnie. -

[Eredeti](#)

(mfor.hu, 2019. november 25., hétfő)

Biztos, hogy pénzt spórol meg vele?

DUNAÚJVÁROS Magyarország már több mint egy hete Black Friday-lázban ég, noha hazánkban hivatalosan november utolsó péntekje az időpont. Egyes kereskedők azonban már jóval előbb megtartják az örületes akciókkal kecsegtető napot, sőt vannak, akik komplett hétvégéket áldoznak a kampányra. Ugyanakkor ez az időszak a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok időszaka is - érdemes nyitott szemmel járni, mert nem biztos, hogy valóban spórolunk azzal a vásárlással.

Könnyen átverés áldozata lehet a Black Friday-örület hetei alatt

Nem elég, hogy begyűrűzött országunkba, de már egy fél hónapot is felölel

Az Egyesült Államokból indult világhódító útjára a Black Friday, azaz a fekete péntek névre hallgató kereskedelmi ámokfutás, amely szerint november utolsó péntekén örületes akciókkal vásárolhatunk meg termékeket és szolgáltatásokat. Ezt még lehet fokozni.

DUNAÚJVÁROS Akár a személyes vásárlás mellett döntünk, akár az online piactereket böngésszük inkább, óriási, csábító kedvezményeket fedezhetünk fel a Black Friday-időszakban. Az élelmesebb kereskedők már elhatárolódtak az egyezményes fekete péntektől,

és jóval napokkal, hetekkel a versenytársak előtt meghirdetik világra szóló kedvezményeiket. Kérdés, hogy mennyire valósak az akár 70 százalékgig terjedő árengedmények?

A szerencsésebbek rábukkanhatnak valós kedvezményekre, ahol a cégek olyan terméket, szolgáltatást áraznak le időszakosan, amin a magas árrésük miatt akkor is nyernek, ha szinte fél áron adják azokat. Ilyenkor ugyanis a megnövekedett érdeklődés miatt a darabszámból adódó bevétel pótolja a megnyirbált hasznot, így mindenki jól jár. Ez, és az ehhez hasonló akciók lennének a normálisak, ám mindig vannak olyan szemfüles fogyasztók, akik égbekiáltó sumáságokba botlanak bele.

A Gazdasági Versenyhivatal egyértelműen megfogalmazza, mi számít tisztességtelen kereskedelmi ajánlatnak. Tisztességtelennek minősül az a kereskedelmi gyakorlat, amikor a fogyasztó valamilyen okból nem a közölt mértékű árkedvezményben részesül, így nem valósul meg az ígért megtakarítás. Ez több esetben is előfordulhat, melyek közül néhány bárki által tetten érhető, mások viszont erősen keresik a kikapukat.

Amennyiben az üzlet nem teszi lehetővé az akció időtartama alatt a vásárlók számára, hogy az ígért áron vegyék meg az árut, vagyis a boltban az előzőleg közölnél magasabb áron jutnak csak hozzá. Sokszor fordul elő az is, hogy az eredetiként feltüntetett árat sosem alkalmazta a vállalkozás, azaz árcsökkenés nem történt, csupán egy fiktív áthúzott árat tüntetnek fel az akciósnak nevezett mellett. Ennél már fifikásabb trükk az, ha a magasabb árat alkalmazta ugyan korábban a vállalkozás, de az akciót közvetlenül megelőző időszakban az nem érvényesült, vagy csak kivételesen, illetve átmeneti jelleggel (pl. ésszerűtlenül rövid ideig) érvényesült, vagyis nem minősíthető az akciót megelőző időszak jellemző árának.

A túlárzás mellett jellemző a készlethiány is. Főleg elektronikai termékeknél figyelhető meg, hogy az akciósként meghirdetett vezető termék szinte azonnal készlethiánnyal indul, tehát a fogyasztó azt nem éri el, de ha már bement az adott boltba vagy szétnézett a webáruházban, valószínű, hogy mégsem fog üres kézzel távozni. Pláne, hogy a fekete péntek, pontosabban az utóbbi 1-2 évben már fekete napok, sőt hetek a karácsonyi vásárlási roham startvonalánál helyezkednek el. Ilyenkor gyakorlatilag szinte minden mindegy, kevésbé nézzük, hogy mennyit költünk, sokkal inkább azt, hogy mennyivel ússzuk meg ezt az egészet olcsóbban.

Bár a fogyasztói árak évről évre emelkednek, azért azt elmondhatjuk, hogy a magyar vásárlók mégsem költenek jelentősen többet karácsonyi ajándékokra, mint az előző években - derül ki a KSH adataiból. Ez az összeg 46 760 forint, amelynek a fele online vásárlásra megy el.

Ezt a statisztikát valamelyest a Black Friday-ajánlatok lehúzzhatják, mert a százalékjel erősen meg tudja babonázni a vásárlót. A vásárlás ilyenkor ugyanis több a szimpla pénzköltésnél. A LiveScience online tudományos magazin azt írja, a fogyasztói magatartás evolúciós okokra vezethető vissza, és erősen korrelál a gyűjtögető életmóddal: erőforrásokat felhalmozni és túlélni. És valóban. Persze ott a másik oldal, amely a Black Friday-t kampányszerűen "ne vásárolj semmit!" napnak nyilvánítja.

Nem csak a pénzünk, de az adataink is veszélyben vannak

A Nemzeti Kibervédelmi intézet 2018-as Black Friday kapcsán kiadott közleménye idén is érvényes. Azt írják, hogy a Black Friday-t és az ahhoz hasonló, időszakosan nagy tömegű online vásárlásra buzdító kampányokat az internetes csalók is igyekeznek kihasználni, a vásárlók könnyedén adathalász (phishing) tevékenység áldozatává válhatnak. Az adathalászok látszólag hivatalos üzenetet küldenek kiszemeltjüknek, amelyben egy, az eredetire megtévesztésig hasonlító, ám hamis weboldalra, csatolmányra irányítják áldozatukat, e-mailen, sms-en, közösségi média üzeneten keresztül. Erre különféle mesterként indokokat használnak: pl. jelszómódosítás kérése, regisztráció megerősítése, utolsó akcióra való felhívás, stb. - tájékoztat az NKI. A teljes közlemény az nki.gov.hu weboldalon

olvasható, ebben kitérnek arra is, mit kell tennünk akkor, ha adathalász tevékenységet észlelünk.

Igaz, itt nincs Black Friday, de karácsony közeledtével az ügyfélszolgálatunkon is megsokszorozódnak a csomagok

Tóth Alexandra alexandra.toth@dunahirnap.hu

[Eredeti](#)

(Dunaújvárosi hírlap, 2019. november 26., kedd, 1+5. oldal)

Ne utcai árustól vegye meg AZ ÉGŐSORT!

KARÁCSONY ELŐTTI RAZZIA

Leccsap a NAV! A piacokon, kitelepüléseken és a bevásárlóközpontokban is ellenőrzi az árusokat, de még a szolgáltatókat is.

Fontos a csomagolás

Ha egy terméket jóval áron alul akarnak eladni, akkor felmerülhet a gyanú, hogy utánzatot árul az illető. A NAV szerint nem érdemes parfümöket venni például utcai árusoktól, ezek ugyanis nagy részben hamisított termékek. Ha nem használt áruról van szó, de még sincs meg az eredeti csomagolás, akkor is inkább hanyagolja a megvételt, mert probléma esetén sem az eladónál, sem a termék gyártójánál, forgalmazójánál nem lehet majd reklamálni. A fogyasztóvédők tapasztalatai alapján a legtöbb panasz karácsony után érkezik be. Ez viszont elkerülhető, ha az ajándéknak szánt árut kipróbálja. Az utcai árusok esetében a legjobb, ha még ott, helyben meggyőződik arról, hogy minden rendben van a termékkel, ők ugyanis az ünnepek után már nem biztos, hogy az addig megszokott helyükön lesznek.

A fogyasztóvédelmi vizsgálatok alapján minden évben problémát jelent, hogy az árusok nem teszik ki az árat a termékekre. Az év végi razziaikor az egészségre és a biztonságra veszélyes árukat is megvizsgálják, ami pedig nincs benne az adatbázisban, azokat bevizsgálják, és ha kell, másnap már be is vonják.

Bejelentést tehet

Ahhoz, hogy valaki az utcán adja el a portékáit, engedélyt kell kérni - többek között - az adott közterület-felügyeletről. Ha ez nincs meg, akkor az jogosulatlan kereskedelmi tevékenységnek számít, és büntetik. Amennyiben valakiben felmerül a gyanú, hogy az adott bódé vagy asztal nem jó helyen vagy nem hivatalosan van a területen, akkor Budapesten a kerülethez vagy városhoz tartozó közterület-felügyelethez be lehet jelenteni. A hatóságok minden esetben kivizsgálják az ügyet.

Kell a garancia

Az elektronikai eszközöket muszáj szemügyre venni, mielőtt megvenné, ugyanis az, hogy nem működik, csak a legkisebb probléma. Egy rossz égősor egy egész szobát képes felgyújtani. - Ha megoldvad az égősor szigetelése, és az lecsöpög, akkor már a forró anyag is képes tüzet okozni - kezdte Dóka Imre tűzoltó főhadnagy, a Katasztrófavédelem helyettes szóvivője. - A katasztrófavédelem mindig azt tanácsolja, hogy megbízható forrásból vásároljanak égőket. A legjobb, ha van rá garancia, hogy vissza lehessen vinni, ha elromlik - magyarázta a főhadnagy. Vásárláskor nézze meg, hogy a dobozon fel van-e tüntetve a gyártó és a forgalmazó neve, valamint az érintésvédelmi osztályozás.

Megtagadhatják a cserét

Mindegy, hogy boltban vagy utcai árusnál vásárol ajándékot, az ünnepek után csak akkor kötelesek visszavenni ezeket, ha valami probléma van a termékkel. Ha nem jó a méret, nem működik vagy hibás, akkor blokkal együtt keresse az eladót. De ha az ajándék csupán nem tetszik, akkor a boltban megtagadhatják a cserét. Karácsony után fel kell készülni arra is, hogy az eladó esetleg nem fogja tudni kicserélni az árut, ha az már elfogyott.

Biztonságot ad az érintésvédelem

Könnyebben lángra kapnak azok a termékek, amelyek egyik besorolásba sem kaptak helyet.

I. Érintésvédelmi osztály: Ide tartoznak azok az eszközök, amelyeknél a burkolat az, ami az alapvédelmet biztosítja. Ilyen a mosógép, elektromos bojler, vagy éppen a sütő.

II: Érintésvédelmi osztály: Ide azok az eszközök tartoznak, amelyek megerősített szigeteléssel vannak ellátva. Ilyen a hajszárító, a konyhai robotgépek és a szórakoztató elektronikai gépek nagy része.

III: Érintésvédelmi osztály: Ezek törpefeszültségről üzemelnek. Ide azok a készülékek tartoznak, amiknek a táplálása érintésvédelmi törpefeszültségről történik. Ilyenek az elektromos gyerekjátékok.

Egyes piacokon ilyenkor megpróbálkoznak az "asztal alól" is termékeket árulni

Az árusokat országsszerte ellenőrzik a hatóságok

Életveszélyes olyan égősort venni, amihez nem jár garancia

Még a fenyőfaárusok is megüthetik a bokájukat, ha nem tudják igazolni a fák eredetét

Zs. V.

[Eredeti](#)

(Bors, 2019. november 26., kedd, 8+9. oldal)

ÁLDATLAN ÁLLAPOT: Csótányok, rágcsáló ürülék, mocsok egy csepeli pékségben

Súlyos hiányosságokat, rágcsáló ürüléket, élő csótányokat találtak a Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal szakemberei november elején egy csepeli pékség ellenőrzése során. A hatóság azonnali hatállyal felfüggesztette a pékség működését és csaknem 400 kg jelöletlen terméket vont ki a forgalomból. Az utóellenőrzés során, gyakorlatilag változatlan körülmények közt egy másik vállalkozás kezdte meg tevékenységét, így annak működését is megtiltották, az épületre pedig hatósági zár került.

-

[Eredeti](#)

(rtl.hu, 2019. november 26., kedd)

Érthetetlen pazarlás - Évente 1,8 millió tonna élelmiszert dobunk ki

Magyarországon 1,8 millió tonna élelmiszer-hulladék keletkezik évente, azaz a megtermelt élelmiszerek jelentős hányada kárba vész, és nagyobbik része a háztartásokban termelődik.

Laborvizsgálatok készülnek arra vonatkozóan, hogy egy bizonyos hulladékmennyiségnek hány százaléka tartalmaz szerves anyagot, vagyis élelmiszert - közölte Mészáros Ákos hulladéktartalatlanítási üzemvezető az M1 Kék bolygó című műsorában. Kilenctonnányi kommunális hulladékban ez az érték körülbelül 30-32 százalékra tehető - tette hozzá. A világon megtermelt mintegy négy milliárd tonna élelmiszer csaknem harmada, 1,3 milliárd tonna végzi kukában. Ez a pazarlásban élen járnak a nyugat-európai országok, Magyarország a középmezőnybe tartozik - derült ki a Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal (Nébih) legutóbbi felméréséből. "Ennek ellenére nincs okunk büszkének lenni, hiszen ennek a mennyiségnek a fele megelőzhető lenne" - jelentette ki Kasza Gyula, a Maradék nélkül program projektvezetője. Mint mondta, ezt mutatja, hogy például egy átlagos négyfős magyar család egy év leforgása alatt legalább ötvenezer forintnyi élelmiszert teljesen feleslegesen pazarol el. A pazarlás a szén-dioxid-kibocsátás miatt is káros. Kevesen gondolnak rá, de az élelmiszer-pazarlás a szén-dioxid-kibocsátás miatt is környezetromboló. Az ételhulladékok bomlásakor ugyanis rengeteg üvegházhatású gáz, főként metán szabadul fel. Kasza Gyula elmondta, általában a legnagyobb hozzáadott értékű élelmiszereket, a készételeket dobjuk ki. Ebben van a legtöbb energia és a legtöbb érték, ami önmagában is sajnálatos, ráadásul. Második helyen a pékáruk szerepelnek, a harmadik helyen pedig a különböző zöldség- és gyümölcsfélések - fűzte hozzá. Ezek az információk főként a magyar háztartásokra jellemzőek. A Nébih novemberben indította el legújabb, Maradék nélkül elnevezésű kampányát. 2016-ban az Európai Unió megbízásából kidolgozott módszertan alapján hazánkban mérték fel elsőként az élelmiszer-pazarlás mértékét. A vizsgálat meglepő eredményt hozott. Megfelelő hőmérséklet szükséges a tároláshoz. A kutatás úgy zajlott, hogy megadott számú háztartásnak egy héten át rögzíteni kellett azokat a termékeket, amelyeket kidobnak. Ebbe beletartozott a kommunális hulladék is, hiszen azt is vizsgálták, hogy az összes szemét hány százaléka tartalmaz élelmiszert. Kasza Gyula szerint az élelmiszer-biztonság és ezzel együtt az élelmiszer-pazarlás megelőzésének egyik "lelke" a megfelelő hőmérsékleten tárolás. Kiemelte, és ezek közül az előbbi nevezük valójában pazarlásnak. A banánhéj például nem elkerülhető, ezt nem ajánlatos elfogyasztani, mindenképp kukába kerül. De nagyon sokszor dobunk ki olyan dolgokat is, amelyeknek még csak a fele sem fogyott el, pedig ezek elkerülhető hulladékok lehetnének. Magyarországon évente 1,8 millió tonna élelmiszer-hulladék keletkezik, amelynek 42 százaléka a háztartásokból kerül ki. Jelenleg minden magyar háztartás a megvásárolt élelem 15 százalékát kidobja. -

[Eredeti](#)

(hirado.hu, 2019. november 26., kedd)

Digitális fogyasztóvédelmi stratégia, ügyfélbarát fejlesztések

Az Országgyűlés Gazdasági Bizottsága elfogadta a Gazdasági Versenyhivatal (GVH) 2018. évi tevékenységéről és a versenytörvény alkalmazásával összefüggő tapasztalatairól szóló beszámolót.

A beszámolóból kiderül, hogy a legfrissebb hatáselemzés (impact assessment) szerint a GVH tevékenysége pénzben is kifejezhető anyagi előnyt hoz a társadalom tagjai számára.

A felmérés a versenykorlátozó megállapodásokkal, erőfölényes visszaélésekkel, valamint fúziókkal foglalkozó versenyfelügyeleti eljárásoknak köszönhető, a verseny védelme révén a fogyasztóknál jelentkező hasznot számszerűsítette. Az elemzés eredménye alapján a versenyhatóságra fordított társadalmi kiadás többszörösen megtérült: a fogyasztók a GVH tevékenysége révén a hatóság azonos időszakra vonatkozó költségvetésének több mint hatszorosát takarították meg a 2013-2018-as időszakban.

(kep-id=721852-align=center-title=auto-width=580-galeria=1-popup=1)

A versenyhatóság 2018-ban digitális fogyasztóvédelmi stratégiát dolgozott ki, lépést tartva a 21. századi technológiai fejlődéssel annak érdekében, hogy hatékonyabban reagálhasson a piacok új kihívásaira. A Hivatal ennek megfelelően kiemelt figyelmet fordított a digitális gazdasággal összefüggő kereskedelmi gyakorlatokra és számos eljárást folytatott le ilyen területen.

A hatóság emellett törekedett arra, hogy megőrizze, illetve fejlessze működésének szolgáltató- és ügyfélbarát jellegét, beleértve az innovatív megoldások alkalmazását a kor igényeinek és kihívásainak megfelelően. A Virtuális Adatszoba szolgáltatás, illetve az iForm elektronikus űrlapkitöltő keretalkalmazás valódi könnyebbséget jelentenek az ügyfeleknek.

A beszámoló teljes terjedelmében és az arról szóló rövid összefoglaló a GVH honlapján olvasható. - Store Insider

[Eredeti](#)

(storeinsider.hu, 2019. november 26., kedd)

Mennek az élelmiszeres webáruházak

Bátrabban rendelünk élelmiszert online. t élelmiszer-kiskereskedelmi lánc verseng az interneten, közülük az a szereplő lehet avetkező évek nyertese, amelyik a legszűkebb időszávval vállal házhoz szállítást. Az online bevásárlások átlagos kosárértéke legalább a két-háromszorosa az átlagos áruházi vásárlások összegének, egyes láncoknál viszont akár hat-nyolcszoros is lehet a különbség - derült ki a Világgazdaság körképéből. Míg az [...]

Bátrabban rendelünk élelmiszert online. t élelmiszer-kiskereskedelmi lánc verseng az interneten, közülük az a szereplő lehet avetkező évek nyertese, amelyik a legszűkebb időszávval vállal házhoz szállítást. Az online bevásárlások átlagos kosárértéke legalább a két-háromszorosa az átlagos áruházi vásárlások összegének, egyes láncoknál viszont akár hat-nyolcszoros is lehet a különbség - derült ki a Világgazdaság körképéből. Míg az Auchan két-háromszoros, a Tesco négy-öttszörös differenciáról számolt be, a CBA Prímánál az összehasonlítás kapcsán arra hívták fel a figyelmet, hogy a hagyományos üzletek kosárértéke az üzletek mérete, elhelyezkedése szerint nagy szóródást mutat. A legnagyobb eltérés a GRobynál van, ahol az átlagos online kosárérték 30-32 ezer forint, szemben a hagyományos bolti 2-4 ezer forinttal. A SPAR-nál rávilágítottak, hogy sok a hasonlóság az online és offline kosarak összetételében: top kategóriás a sör, az ásványvíz, a tej, a friss zöldség és gyümölcs, a baba- és higiéniai, illetve a fagyasztott termék, de érdemben nő a friss áru részaránya is. A Tesco arról számolt be, hogy az év végi kosárméret-emelkedés novembertől érzékelhető, de decemberben, az utolsó három héten lesz a legnagyobb. A vásárlók egyre tudatosabbak,

kihasználják a három hétre előre foglalás lehetőségét, amelyet még a kiszállítást megelőző este is módosíthatnak. A hipermarketnél kiemelték, hogy a Tesco 2013-ban Budapesten elsőként indította be házhoz szállítási szolgáltatását. Hat év alatt a lánc több mint húszmillió rendelést, 150 millió termék 500 ezer címre történő kiszállítását és csaknem 10 millió megtett kilométert teljesített. (Világgazdaság, 2019. november 26.) Egyke lesz az eMAG és az Extreme Digital Összebútorozhat az Emag és az Extreme Digital. A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) jóváhagyta a magyar Extreme Digital Zrt. és a dél-afrikai Naspers-csoporthoz tartozó eMAG magyarországi leányvállalatának egyesülését - írja a Napi.hu. A GVH jóváhagyása után a magyarországi e-kereskedelmi piac két vezető szereplője összeolvad. A célkitűzésük még az, hogy egy új, budapesti központú vállalatot hoznak létre. Ez nem csak Magyarország legnagyobb online kereskedője, de az egész közép-európai régió egyik meghatározó szereplője lehet az e-kereskedelmi piacon. A közös vállalatban az Extreme Digital alapítói, Várkonyi Balázs és Kelemen Gyula továbbra is vezető tisztségeket töltenek be. A tulajdon rész pedig úgy oszlik meg, hogy előbbi cég 48 százalékos, az eMAG pedig 52 százalékos részesedést birtokol majd, a tranzakció várhatóan november végén zárulhat le. "Azáltal, hogy az Extreme Digital egyesíti erőit az eMAG-gal, tovább optimalizálhatja a tevékenységét, és vásárlói számára kedvezőbb árakat, és jobb minőségű szolgáltatásokat kínálhat. Vásárlóink már az idén novemberi Black Friday-en is érezkelni fogják majd a fúzió által biztosított első előnyöket" - mondta el Várkonyi Balázs, az Extreme Digital alapító-ügyvezetője. Az Extreme Digital a hazai kiskereskedelem meghatározó szereplője: online és offline csatornákon évente több mint 1 millió rendelést szolgál ki. Az Extreme Digital hibrid üzleti modelljében az internetes és a klasszikus bolti vásárlás nem különül el egymástól: a vásárlóknak a webshopban kiválasztott terméket a 17 magyarországi üzlet bármelyikében megvásárolhatják. A romániai székhelyű, de a dél-afrikai Naspers befektető csoporthoz tartozó eMAG a román piac egyik legnagyobb és a magyar online kereskedelem kiemelkedő szereplője. A vállalat logisztikai hálózatának és innovatív üzleti információs rendszerének köszönhetően jelentős növekedési potenciállal rendelkezik. Forgalmának jelentős részét a Marketplace szolgáltatása adja, amelyen keresztül kisvállalkozók értékesíthetik saját termékeiket. (Napi.hu, 2019. október 17.) Hasít az eMAG Marketplace Nagyot lép előre az eMag. Olyan egy kicsit, mint az Alibaba. Sikeresen működik az eMag Marketplace: ötmilliárd forintos forgalomnövekedésre számít 2019-ben a szolgáltató, miközben már 4.300 eladó közel 1,7 millió termékét lehet megvásárolni, írja a Napi.hu. Ötmilliárd forintos forgalomnövekedésre számít 2019-ben Magyarország legnagyobb online piactere, az eMag Marketplace, ami egyben a platform 5 éves hazai történetének legkiemelkedőbb eredményét jelenti. A Romániában, Lengyelországban és Bulgáriában is elérhető rendszer mára 4.300 eladó közel 1,7 millió termékét kínálja Magyarországon, így az eMag.hu-n jelenleg értékesített termékek majdnem fele a Marketplace-ről származik - írja közleményében az e-kereskedelmi cég, amely komolyan számol a platform 2019-ben ősztől elindítja az "Account Health" programot, a futárcégek integrációját és az eMag Akadémiát. A kkv-k és eladók nemcsak itthon, de a régióban is értékesítenek: megközelítőleg 400 magyar szereplő értékesíti termékeit Romániában, Bulgáriában és Lengyelországban is. A felületen megvásárolt áruk száma közel kétszeresére emelkedett a 2018-as évhez képest, így összesen közel 2 millió termék cserélt gazdát a piactéren. "Havonta megközelítőleg 350 új partnert regisztrálunk, biztosítva nekik a szükséges tudást, eszközöket és képzési programokat, hogy olyan üzleti vállalkozásokat építsenek, amelyek a helyi közösségeket építik. Becslések szerint mintegy 4.000 munkahely jött létre a Marketplace ökoszisztéma körül." - jelentette Papp Máté, az eMAG.hu Marketplace menedzsere. Az elmúlt három évben az eMag több mint 12 millió eurót fektetett be a Marketplace platformjába és a technológia háttérének fejlesztésébe. Ilyen fejlesztés az

"Account Health" program, ami az eladók által kínált termékek állapotának ellenőrzésével a jobb minőség elérését szolgálja. A másik fejlesztés a futárcégek integrálása a Marketplace felületébe. Így az eladók leszerződött, kipróbált futárcégekkel dolgozhatnak, gyorsabb termékkiszállítást biztosítva a vevőknek. Emellett elindítják az eMag Akadémiát, ahol közel 100 videóból és 130 cikkből tanulhatják ki a piactér működését a partnerek. (Napi.hu, 2019. szeptember 26.) Nyújtózkodik a weben a Tesco Online. Már Kecskeméten is házhoz jön a Tesco. Októbertől indul Kecskeméten és környékén a Tesco házhozszállítás, írja a Napi.hu. Az áruházlánc 25 új embert állít be a körülbelül 215 ezer lakos kiszolgálása érdekében. Így a házhozszállítási szolgáltatás országosan már több mint 1,6 millió háztartás számára elérhető. A Tesco online vásárlás október elején Kecskemétre, Ballószögre, Helveciára, Nagykőrösre, Kiskunfélegyházára, Ceglédre, illetve Nyársapátra is megérkezik - adta hírül a cég. Így Budapest, Szeged, Győr, Veszprém, Székesfehérvár, Debrecen és Pécs régióival együtt októbertől országosan összesen már 129 településen vehető igénybe a szolgáltatás. A vásárlók kétórás időszávok kiválasztásával, akár három hétre előre is leadhatják rendelésüket a közel 20 ezerféle, a kecskeméti áruházban elérhető termékekre, amelyek kiszállítását reggel 8 és este 10 óra között kérhetik. A brit tulajdonú cég 2013-ban Budapesten indította el házhozszállítási szolgáltatását. Azóta az áruházlánc több mint 20 millió rendelést, 150 millió terméket, 500 ezer címre történő kiszállítást, és csaknem 10 millió megtett kilométert teljesített. (Napi.hu, 2019. szeptember 11.) A Spar is beindult a weben Ha a vevő nem megy a boltba... A háztartások több mint harmada legalább egyszer rendelt már élelmiszert a netről: erre mostantól még többeknek lesz lehetősége, írja Népszava. Elsősorban a 25-49 éves korosztályt célozza a Spar hétfőn megnyitott online shopja, ahonnan 499-999 forintért cserében kétórás időszávokban kérhetnek házhoz szállítást a vevők. A webshopban az üzletlánc mind a 18 ezer árucikke a boltival azonos áron szerezhető be. Minderről Szalay Zsolt, a Spar ügyvezető igazgatója számolt be szerdán, amikor az élelmiszerlánc pesterzsébeti üzletében bemutatták a sajtónak az új online értékesítési csatorna működését. Az online élelmiszer-vásárlás esetében nem hagyományos értelemben vett webshopokról van szó. A szolgáltatást leginkább úgy lehet jellemezni, mintha ismerősünket kérnénk meg: vásároljon be helyettünk a közeli boltban. Az élelmiszerek házhoz szállítása ugyanis nem egy központi raktárból történik - hiszen gyorsan romló árucikkekről van szó -, hanem a vevőhöz legközelebb eső boltból válogatják össze a megrendelt termékeket az üzlet munkatársai. Szalay Zsolt rámutatott: az online élelmiszer-kereskedelem komplexebb szolgáltatás, mint a hagyományos webshopoké, mivel egy rendelés során adott esetben akár három különböző hőfokot - normál tárolást, hűtést és mélyhűtést - is végig biztosítani kell a kiszállítás során. A Spar a pesterzsébeti, a diósdai és a szentendrei hipermarketeiből szállít, 20 erre a célra forgalomba állított kisteherautóval és saját sofőrökkel a főváros teljes területére és 49 Budapest-környéki településre. A cég úgy számol: összesen mintegy 800 ezer háztartást tudnak elérni a webshoppal. Janó Dávid, a Spar e-kereskedelmi vezetője érdeklődésünkre azt mondta: az év végig mintegy 56 ezer megrendelésre számítanak, egy átlagos vásárló alkalmanként 15 ezer forint értékben költ majd, a forgalom pedig a kezdeti időkben egy Interspar áruház forgalmával lesz egyenértékű. A Spar egyébként már csaknem egy éve teszteli az élelmiszerek házhoz szállítását egy szűkebb vevői körben: ebbe bevonták többek között az irodai kollégákat, majd a törzsvásárlókat is. A visszajelzések alapján az online élelmiszervásárlás lehetőségével 80 százalékban a nők élnek, a virtuális kosarakba pedig leginkább az olyan nehéz termékek kerülnek, mint az ásványvíz. Ugyanakkor kelendőek a pékáruk is; a kis- és nagybevásárlás egyaránt jellemző volt - számolt be a tapasztalatokról Janó Dávid. Hozzátette: az érdeklődés egyre növekszik a friss termékek iránt is, a hústermékek vásárlását a cég például nagy felbontású fotókkal igyekszik segíteni. Az online vásárlás iránti bizalmatlanság egyik fő oka ugyanis, hogy a vevők nem tudják saját

szemükkel megvizsgálni a megvásárolni kívánt termékeket. A Spar ezzel már három országban - Magyarországon kívül Szlovéniában és Ausztriában - kínálja online is termékeit. A hazai online élelmiszer-kereskedelem az utóbbi években egyre dinamikusabban nő. A tavaly már a nettó 425 milliárd forintos éves forgalommal rekordokat döntögető online kiskereskedelmen belül az úgynevezett FMCG-piac nőtt a legerőteljesebben (Fast Moving Consumer Goods, azaz napi fogyasztási cikkek: ide tartoznak az élelmiszerek, a tisztító- és tisztálkodási szerek, baba-mama termékek). Ez a szektor 2018-ban 21 százalékos bővüléssel nettó 41 milliárdos forgalmat ért el. Persze ennek az is oka, hogy e piac gyakorlatilag a nulláról indult az elmúlt években. Más, netről rendelt termékekhez képest a fogyasztási cikkek esetében ugyanakkor nagyobb a visszatérő vásárlók aránya és a vásárlás gyakorisága is: havi egy alkalom helyett kéthetente adnak le a vevők rendelést. Az élelmiszerek és a vegyiáruk hamar elfogynak ugyanis, míg például egy televíziót évekig sem kell lecserélni. Szakértők szerint persze az igazi nagy lökést egy olyan hálózat adná meg az online élelmiszer-kereskedelemnek, amely a napi, impulzív - ezért sokkal költekezőbb - vásárlói igényeket is ki tudná elégíteni. Erre a jelenlegi infrastruktúra azonban nem igazán alkalmas, már csak azért sem, mert a láncok legkorábban is csak másnapra vállalnak kiszállítást. Jelenleg így a neten élelmiszert vásárlók nem napi bevásárlásra használják az online lehetőségeket: inkább a hagyományos nagybevásárláskor a kosárba kerülő termékeket rendeli meg egy meglehetősen tudatos vásárlói réteg. A Sparral együtt most ötre bővült azon nagy élelmiszerláncok száma, amelyeknél online is be lehet vásárolni. A terület úttörője - és sokáig egyetlen szereplője - Magyarországon a G-Roby volt a 2000-es években, pár éve viszont a Tesco, majd a CBA Prima és az Auchan is indított ilyen szolgáltatást. Szakértők szerint az online irányába történő nyitás egyfajta előrefutás is volt a hipermarket-láncok részéről. Ezek az üzletek az utóbbi időben ugyanis nem csak egymással versenyeznek, hanem a diszkontokkal is. A városokon belül, a vevőkhöz közel működő diszkontáruházak vevőcsalogató akcióikkal ugyanis már jókora falatot hasítanak ki a vásárlói tortából, a vevők pedig egyre kevésbé hajlandóak kiutazni a város szélén lévő hipermarketekbe. Ha pedig a vevő nem megy el a bolthoz, kénytelen a bolt elmenni a vevőhöz. A vidéken élő vevők jelentős részéhez ugyanakkor egyelőre nem tudnak eljutni. Jelenleg csupán a Tesco szállít házhoz néhány nagyobb vidéki városban is, a többiek Budapesten és az agglomerációban vállalják ezt. A GKI Digital adatai szerint a Tesco szolgáltatása 103, az Auchané 69, az Primáé 50, a G-Robyé pedig 35 településen érhető el. Ennek oka, hogy a friss élelmiszerek házhoz-szállítása rendkívül precíz és éppen ezért drága logisztikát igényel. (A Spar például 960 millió forintot költött most az informatikai fejlesztésekre és a kiszolgáló áruházak átalakítására. A beruházás 98 új munkahelyet is teremtett: 45 sofőr szállít ki, munkájukat 6 vevőszolgálatos és 33 komissiózó munkatárs segíti, a központban 14 dolgozó szervezi és irányítja a munkát.) A vevők azonban mindezt tulajdonképpen bagatell összeget fizetnek az ezer forint körüli - olykor akár 0 forintos - házhoz szállítási díjjal, az online szolgáltatás így valójában inkább a vevők megtartását célozza. Jelenleg egyébként a mintegy 4 millió háztartás 37 százaléka legalább egyszer vásárolt már FMCG-terméket a weben. Az arány 2017-ben 23, 2016-ban pedig 22 százalék volt. Vagyis évről évre emelkedik azok aránya, akik internetről rendelnek élelmiszert és vegyi árut. Ők jellemzően a 30-40-es éveikben járnak, magasabb iskolai végzettségük van, és többnyire nők. (Népszava, 2019. május 8., Varga Dóra összeállítása, fotó: Népszava/ Tóth Gergő) Hasított egyet az Alza 12 milliárd forintot felett az Alza magyar piaci forgalma. Az előzetes eredmények szerint az Alza.cz részvénytársaság 2018. évi nettó forgalma elérte a 25 milliárd cseh korona (972 millió EUR) értéket, ami az előző évhez viszonyítva 19,3% növekedést jelent, írja a Világgazdaság. 2017. évhez képest 30%-kal több, összesen 10,3 millió megrendelést teljesített az e-kereskedő vállalat a rekordévben. Az év legerősebb napján, 2018. december 17-én a cég 240 millió cseh

korona értékű forgalmat bonyolított le és 108 648 darab megrendelést kezelt összes értékesítési piacán. "2018-ban az Alza magyarországi forgalma meghaladta a 12 milliárd forintot, ami az előző évhez képest 129 százalékos növekedést jelent. A legforgalmasabb időszakban napi közel 5 ezer megrendelést teljesítettünk. Fotó: Alza A legkelendőbb termékek a kávéfőzők, a játékkonzolok, a mobiltelefonok és a televíziók. A vásárlók a terméket 14 napon belül indoklás nélkül visszaküldhetik, vagy visszahozhatják az értékesítési pontra - a múlt évben felgyorsítottuk a reklamációs ügyintézését, a problémás esetek nagy részét 24 órán belül oldottuk meg az Alza Showroomban - mondta Jaromír Őánek, az Alza.cz üzletfejlesztési igazgatója. (Világgazdaság, 2019. április 14.) Az eMAG-nak nagyon ment a Black Friday 6,8 milliárdos forgalmat csinált a black fridayen az eMag. 2,7 MILLIÓ FELHASZNÁLÓ VOLT AZ OLDALON, 6,8 MILLIÁRD FORINT ÉRTÉKBEN VÁSÁROLTAK AZ EMAG-ON, számolt be az Index a cég közleménye alapján. Az eMAG összesen 2,7 millió látogatót regisztrált a Magyarországon megrendezett Black Friday-en, melyek 65%-a mobilról érkezett Jelentős volt a növekedés az eMAG Marketplace partnereinek, ami az eladások 27%-át eredményezte. Azt írják, ez volt az ötödik black friday alkalom, és ez a 6,8 milliárdos forgalom 19%-kal több, mint a tavalyi eredmény. A 2,7 millió felhasználó pedig 40%-os növekedés a tavalyihoz képest. Az pedig, hogy a megrendelések 65%-a érkezett mobilról, az 8%-os növekedés a tavalyihoz képest. A kártyás fizetést pedig 40 000 magyarországi vásárló választotta. A LÁTOGATÓK ÖSSZESEN 253.859 TERMÉKET RENDELTEK AZ OLDALRÓL, 27 SZÁZALÉKBAN A MARKETPLACE-RŐL. Catalin Dit, az eMAG magyarországi ügyvezető igazgatója szerint "az eMAG a magyar e-kereskedelem legdinamikusabban fejlődő szereplőjévé nőtte ki magát. Az idei Black Friday igazolta a fogyasztók eMAG-ba vetett bizalmát és az online piac térnyerését, a rekordmennyiségű kártyás vásárlás, mobilforgalom és Marketplace megrendelések formájában. Az eMAG Black Friday-en több, mint 1.300 eladóhoz érkeztek megrendelések, ami rávilágít arra, hogy a fogyasztók élvezik az online kereskedelem kínálta előnyöket: a termékek sokszínűségét és a vásárlás átláthatóságát". A közleményben összeszedtek néhány érdekesebb adatot is: A legerősebb perc: habár a magyar vásárlók nagy számban rendeltek termékeket az egész nap folyamán, a csúcspont 07:16-kor érkezett el, amikor egyszerre 1047 árucikket rendeltek az oldalról A legdrágább értékesített autó: BMW 318d Limousine 4 ajtós, 5 üléses (150 LE) személygépkocsi, 8 sebességfokozat, Limousine karosszéria, Alpesi fehér szín (11 456 920 Ft) A legmagasabb értékű rendelés összege: 2.341.639 Ft.A legtöbb termékből álló rendelés 39 árucikket foglalt magába, köztük számos elektronikai és háztartási árucikket, ami egy állandó trend volt vásárlóink körében - az eMAG felhasználói különös érdeklődést mutattak kisebb nagyobb háztartási gépek, tévék, laptopok, okostelefonok és deco ajánlatok iránt. (Index, 2018. november 27.) Black Friday: kivégezték a Media Markot a vásárlók Lehalt a MediaMarkt webshopja, olyan sokan nézték. Frissítés: újraindult. Frissítés: este 20 óra után 20 perccel újraindult a Media Markt webáruháza, amely azóta is zavartalanul fogadja a Black Friday vásárlókat - közölte a cég a Napi.hu-val. A korábbi híradás arról szólt, hogy átmenetileg nem működik a MediaMarkt webshopja, túlterhelték a vásárlók a szervereket. A cég azt közölte az Index-szel, hogy a webáruházukon keresztül beérkezett hatalmas mennyiségű megrendelés feldolgozásához néhány órára a türelmet kell kérniük. Ebben az átmeneti időszakban a webáruház működését szüneteltetik, annak érdekében, hogy a vásárlók zavartalan kiszolgálását folytatni tudják. Azt írják, időt és lehetőséget fognak biztosítani vásárlóiknak a kedvezményes vásárlás folytatására az egész hétvégén. Néhány óra múlva újra lehet majd rendelni - írták november 23-án este hat órakor. (Index, Napi.hu, 2018. november 23.) Black Friday: tekertek a kereskedők Két számjegyű forgalmi várakozásokkal és harsány reklámokban beharangozott merész árengedményekkel készültek a kereskedők és számos szolgáltató a november 23-ra

meghirdetett fekete péntekre. A vásárlási kedv az egész éves bőséges fogyasztás után várhatóan igen élénk lesz, és kitart az ünnepekig, olvasható a Magyar Időkben Thurzó Katalin összeállításában. A november 23-i - és számos helyen egész hétvégén zajló - akciós rohamra megerősített infrastruktúrával, külön digitális fejlesztésekkel és remélhetőleg elegendő mennyiségű készletekkel készültek a webkereskedők. A családok vastagabb pénztárcájáért versengő boltok, de már a bankok, az utazási irodák, a vendéglátóhelyek, a fitnesztermek, az autószalonok, a mobilszolgáltatók, és mások mellett például a biztosítók is kedvezményes napokat tartottak a hónap során. Nagyívű előrejelzésekkel az átlagosnál várhatóan magasabb lakossági költekezésről, korábbi fogyasztási adatok tekintélyes százalékaikról jelent meg több felmérés a héten a mára meghirdetett black friday, vagyis fekete péntek kereskedelmi kampány kapcsán. 2018-ban Magyarországon minden korábbinál meghatározóbbá vált ez a vásárlócsalogató marketingmódszer, amikor a kereskedők számos népszerű termék árát jelentősen, 30-60 százalékkal lejjebb viszik, hogy az alacsonyabb árak a meghirdetett napon bőséges forgalmat hozzanak. A black friday egyébként Amerikában csupán egyetlen napig tartó örületet jelent a boltokban: a hálaadást követő pénteket nevezik így, a napot a karácsonyi bevásárlási szezon kezdeteként tartva számon. Itthon a fekete péntekből a kereskedelem szinte egyetlen szereplője sem marad ki, sőt melljük a szolgáltatászektor is felsorakozott. Már tavaly is jelentős tömegeket mozgatott meg az akció: a CIB Bank kiszámolta, hogy a 2017-es fekete pénteken 66 százalékkal költöttek többet a bankkártyás ügyfelek, mint egy átlagos novemberi hétköznapon. Az átlagos kosárértéken is meglátszott a kampány hatása: a kártyás fizetések alapján a tavalyi akció legnagyobb nyertesei a szórakoztató elektronikai cikket árusító kereskedők és az utazási irodák voltak, de sokkal többen vásároltak ékszert és repülőjegyet is, mint más napokon. A műszaki termékek boltjaiban közel húszezer forint volt a többletkiadás tavaly ezen a napon, amiből arra következtettek a szakemberek, hogy sokan a fekete péntekre időzítették a nagyobb értékű berendezések megvásárlását. Kedvezményes turisztikai ajánlatokra a bank ügyfelei a napi átlagos költség mintegy négy és félszeresét fordították. 2018-ban a fekete péntek akciót hazánkban meghonosító Extreme Digital áruház már a múlt héten lebonyolította az akciót. Ezzel kapcsolatban friss adataik azt mutatják, hogy 2018-ban tavalyhoz képest közel hétezer forinttal többet költöttek az online vásárlók. 2017-hez képest az átlagos kosárérték nettó 6.614 forinttal volt magasabb az egy héttel ezelőtti kampányban, ám a webáruház látogatói nem álltak le: az elmúlt napokban folytatódott az élénkebb forgalmazás a kereskedőnél. Az örök slágernek számító műszaki cikkek mellett rengeteg tisztítószer, mosó- és mosogatógépkapszulát rendeltek, emellett a játékgépek fogytak el a leghamarabb, illetve a középkategóriás okostelefonok. A tévék közül a black fridayen a prémium típusokra utaztak a magyarok, továbbá rengetegen vettek szárítógépet, kapszulás kávégépet. A kiadások fedezetére kézenfekvő megoldás a személyi kölcsön, ráadásul ezek ma már sokkal olcsóbban elérhetők, mint évekkel ezelőtt. Ugyanúgy, ahogy például egy tévénél vagy más nagy értékű terméknel érdemes körülnézni, hol a legolcsóbb ugyanaz a készülék, a személyi hitelek esetében is nagy különbségek vannak - hívta fel a figyelmet tegnap a BankRáció.hu. Felmérésük szerint a november közepén jellemző ajánlatok szerint az ötéves futamidejű, ötszázezer forintos személyi kölcsönök közül a legjobb lehetőség havonta kevesebb mint tízezer forintból törleszhető, az ügyfélnek pedig 600 ezer forintnál kevesebbet kell visszafizetnie a banknak. Ezzel szemben a legdrágább személyi kölcsönöknél több mint 800 ezer forint lehet a végösszeg, ezért érdemes átgondolni, melyik ajánlatot választják a vásárlók. Jó tudni, hogy a BankRáció.hu adatai szerint a 1,5 millió forintos - szintén ötéves futamidejű - személyi kölcsönök esetében a legjobbak havi törlesztése 30 ezer forintból kijön, öt év során pedig kevesebb mint 1,8 millió forintot "kér" vissza a bank. Trencsán Erika, a BankRáció.hu hitelszakértője szerint a személyi kölcsönök ma már az egyik

leggyorsabban igényelhető konstrukciók közé tartoznak, a pozitív hitelbírálat esetén akár pár óra alatt folyósítják a bankok a kért összeget. A szakember felhívta a figyelmet, hogy a legkedvezőbb konstrukciókat, azaz a legalacsonyabb havi törlesztést sok esetben feltételekhez, például meghatározott jövedelemhez vagy már meglévő bankszámlához köthetik a pénzügyesek. - Minden hitelfelvétel előtt alaposan mérlegelni kell, hogy belefér-e a havi kiadásokba a törlesztés. Bár vannak a túlzott eladósodás megakadályozására fékek a rendszerben, egy-egy család maximum a nettó jövedelmének 50 százalékát fordíthatja kölcsönök visszafizetésére. Habár inkább a nettó jövedelemhez mérten mérsékeltebben, maximum 30-35 százalékig szabad eladósodni, így megmarad a pénzügyi mozgásterünk - hangsúlyozta a szakértő. A korábban már "feketepénztekező" és az akcióra idén is visszatérni vágyó vásárlók jellemzően a 30 év alattiak, a magasabb jövedelműek, illetve a gyermeket nevelők közül kerülnek ki - állapítja meg a friss Cofidis-hitelmonitor. Eszerint a teljes lakosság 40 százaléka vásárolt már valaha a black fridayer. Idén közel ugyanennyien valószínűsítik, hogy élni fognak az akcióval, viszont akadnak, akik eleve kihagyják a fekete pénzteket. Bár a lakosság közel fele egyetért azzal, hogy a black friday-jel sok pénzt lehet megspórolni, a kampány mégsem örvendő osztatlan népszerűségnek: a magyarok több mint a fele szerint a kereskedők számos esetben megtévesztik a vásárlókat, felesleges kiadásokra ösztönözve őket. A legtöbben arra panaszkodnak, hogy a korábbi akciózásokkor a kampány lejártá előtt elfogyott a kedvezményes árú cikk, emellett sokan vannak, akik a korábbi években csak később jöttek rá: az akció után máshol olcsóbb lett volna a termék, esetleg a boltos előzetesen felárazta az árut, illetve lecsúsztak a kedvezményről, mire a megrendelésüket leadták. Akadnak kifejezetten erre az időszakra létrehozott hamis webáruházak is, amelyek hihetetlen ajánlatokkal kecsegtetnek. Solymos Ákos, a Quadron szakértője szerint ha gyanúsán olcsó hirdetést látunk, bizonyosodjunk meg a kereskedő megbízhatóságáról. Az ilyen oldalak kinézete nagyon egyszerű, a domainnevet pedig általában pár hete vagy hónapja jegyezték be - ezt a www.who.is oldalon ellenőrizhetjük. A valós üzletek törekednek az átláthatóságra, a hamis webáruházakban azonban akár regisztráció nélkül is lehet vásárolni. Szintén óvatosságra int, ha minden kapcsolati és egyéb adatot elrejtene az érdeklődők elől. A hamis áruházak gyakran elkérik a kártyaadatokat is, majd azonnal levonják a vásárlás összegét, sok esetben pedig a megadott kártyaadatokat el is adják az internetes feketepiacon. (Magyar Idők, 2018. november 23., Thurzó Katalin összeállítása) Az Extreme Digitalnak bejött A Black Friday első hulláma. De ő sem bír leállni utána. Pedig többet költöttek nála az első hullámos Black Friday péntekén. Többet költöttek az Extreme Digitalnál a múlt pénteki akciók során a vásárlók és nőtt a bankkártyás online fizetések aránya is, írta a Napi.hu 2018-ban átlagosan mintegy 7 ezer forinttal többet költöttek a november 16-i akciós napon az Extreme Digitalnál az online vásárlók - derül ki a cég Napi.hu-nak elküldött összesítéséből. A társaság a Black Friday kapcsán csak a növekedés mértékét árulta el, azt nem, hogy pontosan mennyit költött átlagosan egy-egy vásárló. Az összesítés szerint vásárlók 53 százaléka kérte valamelyik üzletbe a kiválasztott terméket, ez valamivel meghaladja a tavalyi 48 százalékos arányt. A rendelések 16 százalékánál a vásárlók online bankkártyás fizetést választották, ez csaknem két százalékpontos növekedést jelent a múlt évhez képest. Az is látszik ebből, hogy sokan inkább a helyszíni átvételkor fizetnek. A cég Black Friday-ét követő napokban a magyar internetezők jóval aktívabban vásárolnak, mint 2017-ben: így az előzetes becslések alapján november utolsó két hetében az Extreme Digital nagyobb forgalmat bonyolít majd, mint 2017-ben - mondta Várkonyi Balázs, a Napi.hu-nak. Míg négy-öt éve a fekete péntek egynapos akciót jelentett, az utóbbi két évben már olyan sok időpontban és időtartammal rendeztek akciót a magyarországi kereskedők, hogy a hazai vásárlók úgy tartják: november közepétől a hónap végéig folyamatosan fekete péntek zajlik. Ez a trend pedig önmagát

generálja, kereskedőként sem lehet kívül hagyni, hiszen a vásárlók elvárják a folyamatos akciókat - tette hozzá Várkonyi. A cégnél idén is a műszaki cikkek voltak a slágerek, de nagy volt a kereslet a tisztítószerre, mosó-, és mosogatógépszerűsre is. Az elektronikai cikkek közül a PlayStation 4 és Xbox One játékgépek fogytak el a leghamarabb, illetve a zömében Huawei és Samsung gyártmányú, középkategóriás androidos -okostelefonokra volt igény. A tévék közül a prémium, 43-55 colos képátlójú típusokat vásárolták leginkább és az idén már OLED-tévéket is nagyobb számban rendeltek. (Napi.hu, 2018. november 22.) Teríti webáruházát a Tesco Újabb területeken szállít házhoz a Tesco. Már többek között Debrecenben és Nyíregyházán is házhoz szállít a Tesco, írja a Napi.hu. Folytatja az online terjeszkedést a Tesco. 2018 szeptemberétől újabb városokban, Debrecenben, Nyíregyházán, Hajdúszoboszlón és Hajdúböszörményben lehet otthonra megrendelni a boltlánc termékeit. A házhozállítás díja 700-1.200 forint között mozog időponttól függően. Pénteken, szombaton és vasárnap a délelőtti órákra rendelt szállításért kell a legtöbbet fizetni, legalábbis az október első hetére ezek az árak voltak érvényesek. A Tesco azzal igyekszik népszerűsíteni a szolgáltatást, hogy 2019 februárig az 5.000 forintnál drágább megrendeléseknél 1.500 forint kedvezményt ad, ez pedig kicsit több, mint a házhozállítás díja. A cég évekkal ezelőtt először a budapesti kerületekben tette elérhetővé az online boltját házhoz szállítással, vidéken többek között Győrben, Szegeden és Székesfehérváron is elérhető volt. Most pedig a kelet-magyarországi nagyvárosokkal bővült a kör. (Napi.hu, 2018. október 3.) Fecserészik a webáruházáról a Tesco Születésnapos. Nagyra nőtt öt év alatt, de a webforgalmának értékéről lapít. A legkisebb rendelés 5 darab Túró Rudi volt. Kivitték. A Tesco az online bevásárlás szolgáltatása keretében öt év alatt 20 millió rendelést kézbesített, összesen több mint 500 ezer címre - írja a Napi.hu. A születésnapi összesítés szerint a cég kézbesítői a fél évtized alatt mintegy 10 millió kilométert tettek meg autóikkal, mely során több mint 150 millió terméket szállítottak házhoz. Ez azt jelenti, hogy naponta átlagosan 1650 rendelést teljesít az áruházlánc, amely nagyságrendileg 100 tonna terméknek felel meg. A kosarak tartalma alapján a legtöbb kiszállított termék a víz és pékáru kategóriából került ki, az 5 év legnépszerűbb terméke pedig az ásványvíz, a tej, a kristálycukor, a lédig banán és a kigyóborka volt. A legkisebb rendelés csupán 5 darab Túró Rudiból állt, míg a legnagyobb értéke körülbelül 400 ezer forint volt. A szolgáltatás 2013-ban indult Budapesten, majd Szegeden, 2015-ben Győrben, 2016-ban Székesfehérváron, majd 2017-ben Veszprémben is bevezették a szolgáltatást. Az idei nyári szezonban Siófokon is elérhető a házhozszállítás, így a vásárlók összesen már több mint 103 településen intézhetik online a bevásárlást. A brit tulajdonú cég növekvő vásárlói igényeknek megfelelően alakította kézbesítési rendszerét is: 2013-ban még csupán 15, mostanra már közel 110 autóval teljesíti a megrendeléseket hétfőtől szombatig 8 és 22 között. A Tesco adatai szerint az online házhozszállítást 85 százalékban nők veszik igénybe, a korosztályok közül pedig a 24-45 év közöttiek aránya a legmagasabb. Rendeléskor a felhasználók több mint 60 százaléka a ClubCardot is használja. A túlnyomórészt webshopen keresztül válogatnak a vásárlók, az okostelefonokra letölthető applikációt 10-12 százalék használja. (Napi.hu, 2018. június 13.) Nőtt egyet az eMAG Megdobta a forgalmát az eMAG. Az eMAG az áprilistól március végéig tartó 2017-2018-as pénzügyi évben jelentősen növelte forgalmát, az átlagos kosárérték 22 százalékkal 23.500 forintra emelkedett az előző év azonos időszakához képest, írja a Napi.hu az MTI nyomán. Az eMag webáruházat látogatók száma ez idő alatt 37 százalékkal, a vásárlók száma 21 százalékkal, a rendeléseké 16 százalékkal emelkedett. A GKI Digital 2018 március-áprilisában végzett felmérése szerint az eMAG vásárlók átlagosan 13 alkalommal vásároltak online az elmúlt évben, 17 százalékkal többször, mint egy átlagos online vásárló. Az online vásárlók 39 százaléka az eMAG-on is vásárolt legalább egyszer. A vásárlások számának növekedésében kiemelkedően jó hónap

volt a július, amikor az egy évvel korábbiakhoz képest 49 százalékkal több vásárló rendelt az eMAG webáruházából. Az eMAG bevételeinek jelentős részét továbbra is három termékkategória - a TV, a nagy háztartási gépek és fehérárúk, valamint a mobiltelefonok - értékesítése képezi, ezek együttesen a webáruház forgalmának 55 százalékát adták a 2018 márciusában lezárt pénzügyi évben. A legjelentősebb növekedést a cipő, a női ruházati termékek, a gumiabroncs és felni, a táska és kiegészítők, valamint a férfi ruházati termékek kategóriái érték el. Az eMAG a dél-afrikai hátterű Naspers csoport tagjaként a régió egyik legnagyobb online kereskedőjének számít, több mint 8.500 márkát és több mint másfél millió terméket kínál Magyarországon. A 15 éve alapított eMAG meghatározó szerepet tölt be az online kereskedelemben, Magyarországon, Bulgáriában, Lengyelországban, valamint Romániában összesen 3.800 alkalmazottat foglalkoztatva. (Napi.hu, 2018. május 7.) Az eMAG nekidurálja magát Megdobja a logisztikai központját és a karácsonyi létszámot is. Három műszakban csomagolják az ajándékokat. Összesen 3 millió eurót költött az üllői raktárának bővítésére és fejlesztésére idén az eMAG - írja a Világgazdaság. Az új futószalagos rendszer növeli a termelékenységet és gyorsítja a raktári munkát. A 21 ezer négyzetméteres logisztikai központ jelenleg a termékek 70 százalékát tárolja, de a tervek szerint ez egy éven belül 90 százalékra nő majd. Az eMAG felkészült a 2017-es Black Friday akcióra és az azt követő karácsonyi rohamra. A november 24-én induló ünnepi szezonban rekordok dőlhetnek, ezért az online kereskedelemben piacvezető eMAG raktárában három műszakban, folyamatos üzemben állítja össze a csomagokat, hogy azok időben megérkezzenek a vásárlókhoz. A hónapok óta tartó felkészülés csúcspontjaként a raktárban dolgozók létszámát 90-ről 150-re bővítették. Az eMAG üllői logisztikai központja, amit a cég két évvel ezelőtt nyitott meg, mostanra 21 ezer négyzetméteresre bővült. A 15 méteres belmagassággal rendelkező logisztikai központ rohamtempóban fejlődik, jelenleg 20 ezer különböző termék található meg itt, de a Black Friday napjáig folyamatos a betárolás. Így a termékek száma a 600 ezer darabot is túllépi majd. Az cég azt is bejelentette, hogy logisztikai partnereinek számát a korábbi négyről ötre emelte, így 2017-ben már az MPL, a HDT, a DPD, a Trans-o-flex és a Sprinter is szállít házhoz csomagokat. (Világgazdaság, 2017. november 17.) Rányitott az Answer A magyar piacra. Márkadömping az új webáruházban. Új online multibrand áruház érkezett a magyar piacra november elején. A lengyel Answer a régióban már 130 millió ember számára kínál lehetőséget az online vásárlásra. A 2011-ben alapított lengyel Answer.com hazájában elsőként nyitott multibrand online áruházat. A cég a meggyőző hazai sikerek után az elmúlt két évben a nemzetközi terjeszkedést tűzte ki célul. 2014. óta Csehországban, Szlovákiában, Romániában és Ukrajnában lépett piacra, 2016. szeptemberében pedig a teljes értékesítésének már 52 százaléka a külföldi piacokhoz kötődött. Az Answer.hu oldalon ruházati féleségenként több száz termék érhető el, a szállítási idő 2 nap és 10 ezer forint felett ingyenes. A termékek 30 napig küldhetőek vissza, minden darabra pedig 2 év minőségi garanciát vállal a cég. A webáruház több mint 200 világmárkát forgalmaz, női, férfi- és gyermekruházati cikkeket, cipőket és kiegészítőket. A legnagyobb brandek mellett - Vero Moda, Adidas, Nike, New Balance, Levi's, Lee, Wrangler, Guess Jeans, Tommy Hilfiger, Valentino, DKNY - új lengyel tervezők márkái, például az Answer Rebelé is elérhető az oldalon. (Origo, 2016. november 10.) - admin

[Eredeti](#)

(blokk.com, 2019. november 26., kedd)

Számla nélkül nincs reklamáció - Mire figyelünk lakásfelújításnál?

Lakásfelújítás miatti panaszokkal keresték fel többen is a Baranya Megyei Fogyasztóvédelmi Egyesület irodáját az elmúlt időszakban.

Mint azt Horváth Lászlóné, az egyesület elnöke kiemelte, továbbra is az jelenti az egyik legnagyobb problémát, hogy a fogyasztók többsége a javítási, felújítási munkálatokkal kapcsolatban nem köt szerződést, illetve nem kér számlát. Utóbbi hiányában pedig minőségi probléma, vagy bármilyen reklamáció esetén a fogyasztóvédők nem tudnak a panaszosnak segíteni. A jogszabály szerint ugyanis minőségi kifogás csak számla vagy blokk ellenében fogadható el. Horváth Lászlóné kiemelte, nagyon fontos, hogy készüljön egy írásos megrendelés, ami részletesen tartalmazza az elvégzendő munkát, és amiben a felhasználandó anyagok pontos felsorolása is szerepel. A cikkszám nem elegendő - rögzítsük, hogy pontosan milyen burkolóanyag, alkatrész, festék stb. felhasználása, beépítése történik a munka során. Fontos, hogy a megrendelőben a munka befejezésének határideje is szerepeljen, és az árajánlatot is tartalmazza. Fizetni pedig csak akkor célszerű, ha a leírtak maradéktalanul teljesülnek. A számlához is fontos, hogy ragaszkodjunk. Az se ritka, hogy jelentősebb összegű előleget is adnak a mesternek a megrendelők. Ha ezt szerződésben nem dokumentálják, és a szakember nem végzi el a munkát, a bizonyítás szinte lehetetlen az előlegként kifizetett pénzt illetően. - bama.hu

[Eredeti](#)

(bama.hu, 2019. november 26., kedd)

Javában tartanak a fogyasztóvédelmi ellenőrzések, Csongrád megyében eddig pozitív a kép

A fogyasztóvédelmi hatóság idén is megkezdte a karácsonyi szezonhoz köthető vizsgálatait, Csongrád megyében különösebb visszaéléssel nem találkoztak a szakemberek.

The post Javában tartanak a fogyasztóvédelmi ellenőrzések, Csongrád megyében eddig pozitív a kép appeared first on Vásárhely24.

A fogyasztóvédelmi hatóság idén is megkezdte a karácsonyi szezonhoz köthető vizsgálatait, Csongrád megyében különösebb visszaéléssel nem találkoztak a szakemberek. Erről Petrik Sándor, a Csongrád Megyei Kormányhivatal Fogyasztóvédelmi Osztályának vezetője beszélt a Rádió 7-nek. Mint mondta, a termékbiztonsági vizsgálatok és a fogyasztók gazdasági érdekeit védő szezonális ellenőrzések novemberben megkezdődtek, az ilyenkor intenzívebben vásárolt árucikkekre koncentrálnak. Hozzátette, szakembereik leginkább csokoládéfiguák és virslik minőségvizsgálatát végezték, ahol a terméken feltüntetett gyártók által megadott adatok valóságtartalmát ellenőrizték. Közlése szerint ezen felül folyamatosan, év végéig karácsonyi izzókészletek és egyéb más ünnepekhez kapcsolódó elektromos készülékek termékbiztonságát is figyeli a hatóság. Ezzel párhuzamosan megkezdődtek a karácsonyi vásárok és szezonális kitelepülések ellenőrzése is, de az üzletközpontokban is megjelennek, ahol az akciók valóságtartalmát is vizsgálják. Petrik Sándor kiemelte, a hatósági jelenlét kellő visszatartó erővel bír, tapasztalataik szerint évről-évre egyre kevesebb

a visszaélések száma. "A levett minták nagy része teljesen megfelelt az előírásoknak, illetve a gyártói adatok megfelelően kerültek feltüntetésre. Csongrád megyében például a mintavételezések során hibás termékeket nem találtunk. Folyamatosan végezzük a piacok és a karácsonyi vásárok ellenőrzését és amennyiben olyan terméket találunk, amely nem felel meg a szabványos előírásoknak, vagy veszélyes termékként szerepel a hatóság nyilvántartásában, azokat kivonjuk a forgalomból." - fogalmazott Petrik Sándor. Forrás: radio7.hu - Ács Helga

[Eredeti](#)

(vasarhely24.com, 2019. november 26., kedd)

Zászlóerdő lesz a húsos pultban

Föciből is készülni kell a húsboltban. Nemzeti színű zászlócskával kell jelölni a sertéshús származását a húspultban a nagyobb boltokban. És ha nem magyar, akkor is. Húspult nélküliek előnyben. Más: ne fagyaszd újra! dod, hogy melyik országnak milyen a nemzeti zászlaja? Nem vagy benne biztos? Hát most majd elmélyítheted ebbéli tudásodat, ha sertéshúst mész vásárolni. [...]

Föciből is készülni kell a húsboltban. Nemzeti színű zászlócskával kell jelölni a sertéshús származását a húspultban a nagyobb boltokban. És ha nem magyar, akkor is. Húspult nélküliek előnyben. Más: ne fagyaszd újra! dod, hogy melyik országnak milyen a nemzeti zászlaja? Nem vagy benne biztos? Hát most majd elmélyítheted ebbéli tudásodat, ha sertéshúst mész vásárolni. Az agrárminiszter az 53/2019. számú AM rendeletével módosította az élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásról szóló 36/2014. számú FM rendeletet. A friss rendeletmódosítás 2020 január 15-én lép hatályba. Megtolták a sertéshúst. Az egyik jelölési változtatás alapján a jövőben a nem előrecsomagolt friss vagy hűtött sertéshús (a darált hús és a húсныesedék kivételével) végső fogyasztónak történő értékesítése esetén a származási országot jól látható módon, fizikai vagy elektronikus hordozón, az eladásra kínálás helyén fel kell tüntetni oly módon, hogy az eladásra kínált, különböző származási országú húsok a végső fogyasztó számára egymástól egyértelműen elkülöníthetőek legyenek (a vonatkozó uniós rendeleteknek is megfelelően). Ez tehát a húspultban eladásra kínált sertéshúsokra vonatkozik. A jelölés feltüntetésére szolgáló fizikai vagy elektronikus hordozón fel kell tüntetni a származási országra vonatkozó szöveges információt sötét színnel, világos háttéren, a vonatkozó uniós előírásnak megfelelő méretben. Ez minden húspultban kötelező lesz. Na de most kell a zászló. A 200 négyzetmétert meghaladó bruttó alapterülettel rendelkező üzlet esetében grafikai ábrázolással a származási ország zászlóját, milliméterre pontosan: a származási hely esetén legalább 50 mm × 30 mm; az állattartás helye és vágás helye együttes jelölése esetén legalább 40 mm × 25 mm méretben kell elhelyezni. Egyes esetekben (a 1337/2013/EU bizottsági végrehajtási rendelet 5. cikk (1) bekezdésének második és harmadik albekezdésében, valamint 6. cikkében meghatározottak szerint) a származási országot elegendő szöveges információval jelölni. Származási országnak a származási helyet vagy az állattartás helyét és a vágás helyét kell tekinteni. Azért lesz itt némi keveredés. A statisztika szerint ma közel 20 ezer élelmiszer jellegű vegyes bolt van. Ezek átlagos alapterülete 196 négyzetméter. Így pusztán az alapterület alapján azért akadhat majd szép számmal olyan bolt, aki megússza a zászló

kitűzését. Nincs hivatalos adat, hogy ezen belül hány boltban van húsos pult. A diszkontokban nincs, de a szupermarketek egy részében és a hipermarketekben van. Húsáru szaküzlet 3.161 van. Ezek átlagos alapterülete 52 négyzetméter. Itt nem nagyon számolgatnánk, hány helyen kell zászlót is kitűzni. Tehát a nagyobb élelmiszeres boltokban a húsos pultban lesz zászló, de sok kicsiben nem. Egyébként a nyomkövetés, annak rögzítése, honnan is származik egy élelmiszer a boltokban, szigorú előírás. Nincs is baj vele, de azért vannak esetek, amikor bonyolult. Egy darab karajról, vagy combról nehéz is lehet megállapítani, melyik szállítmánnyal is érkezett, ha már kirakták a húsos pultba. És izgalmas kérdés, mit szólnak mindehhez a baromfisok, vagy a sajtosok. És vajon a sertéspestis idején, amit senki sem kíván, kockázatos-e ilyen reklámot csinálni a sertéshúsnak. És a vásárló A zászló valóban feltűnő, jó reklámfogás lehet. De ha nem magyar, akkor kit is reklámoz? Egyébként él még a 74/2012. számú VM rendelet egyes önkéntes megkülönböztető megjelölések élelmiszereken történő használatáról a magyar származásról és a hazai termék fogalmának használatáról. Otthon ne fagyaszd újra Változás az is, hogy a végső fogyasztó számára kínált, nem előrecsomagolt friss hús esetében - a fagyasztott hús kivételével - a fogyasztót kötelező tájékoztatni arról, ha az adott terméket korábban már fagyasztották. Ez mondjuk egyáltalán nem baj, sőt nagyon is hasznos előírás, hiszen az élelmiszerek újrafagyasztása veszélyes az egészségünkre. (blokk.com, 2019. november 26.) Jön a KME, lesz aranyfokozata is Új védjegyet vezetett be az agrártárca. Kétszintű védjegyrendszert vezet be az Agrárminisztérium, amely többek között hozzájárul az általános élelmiszerfogyasztási kultúra fejlődéséhez, írja a Világgazdaság. Kiváló minőséget garantáló, kétszintű védjegyrendszert vezet be az Agrárminisztérium (AM), amely többek között segíti a lakosság tájékoztatását, garantálja a minőséget, és hozzájárul az általános élelmiszerfogyasztási kultúra fejlődéséhez - mondta Zsigó Róbert élelmiszerlánc-felügyeletért felelős államtitkár szerdán sajtótájékoztatóján. A Kiváló Minőségű Élelmiszer (KME) védjegyrendszer mögötti minősítést a Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal (Nébih) végzi, bevezetésében az élelmiszerlánc minden szereplője érintett. A védjegyrendszernek két fokozata lesz: az alapszintre bármely előállító pályázhat, míg az arany fokozat elnyerésére további független - a termék élelmiszerbiztonságára, minőségére kiterjedő - vizsgálatok alapján nyílik majd lehetőség - ismertette az államtitkár. Fotó: Kallus György Zsigó Róbert megjegyezte, hogy utóbbinál a szakemberek egy termékmustra során hasonlítják majd össze a vásárlók számára elérhető termékeket, a legjobban szereplő termékekkel lehet majd pályázni, és a védjegy használatára 3 évig lesznek jogosultak az előállítók. Az első termékmustra a nyár végén lesz, a vizsgált témakör arany fokozatú védjegy jelöltjeit szeptember 26. és 29. közötti Országos Mezőgazdasági és Élelmiszeripari Kiállítás és Vásáron (OMÉK) mutatják majd be - fűzte hozzá. Az alap védjegy az életfát jelképező népi motívumokkal illusztrált, zöld alapon ezüstszerű embléma, míg az arany fokozat a csodaszarvast jelképező népi motívumokkal illusztrált, bordó alapon arany színekben megjelenő embléma. Zsigó Róbert úgy vélte, bár a piac védjegyekkel túlszűfolt, mégis van igény olyan új védjegyre, amely hiteles és valódi garanciát biztosít a kiemelkedően magas minőségre. (Világgazdaság, 2019. június 12.) A kormány végül a vásárlóknak megy neki Na, persze csak sok propagandával, magyarra fordítva rábeszéléssel. De ha okosan teszi, még vissza is nyerheti a pénzét. Kérdés, hogy a zsírszalonnát, vagy a vegán étrendet népszerűsíti-e majd jobban. A kormány 2019-ig több száz millió forintot kíván fordítani az élelmiszerek minőségének emelésére, a vásárlói tudatosság fejlesztésére, valamint a hatékonyabb hatósági fellépésre, tudósít az MTI a Magyar Közlönyben közzétett kormányhatározatról. A kormányhatározat szerint a földművelésügyi miniszter feladata egyebek mellett egy a vásárlók élelmiszerbiztonságra vonatkozó tudatosságának és tudásszintjének növelésére szolgáló program kidolgozása. Ebben közérthetővé kell tenni az

élelmiszerek jelölését, az élelmiszerek minőségi jellemzőit, az előállításnál alkalmazott technológiákat, valamint a tárcavezetőnek ajánlásokat kell készítenie a hagyományos termékek megismertetésére, 2019. június 30-ig. A program megvalósításhoz a nemzetgazdasági miniszter jövőre 600 millió forintot, 2019-ben pedig 700 millió forintot biztosít. Ezen felül a földművelésügyi miniszternek gyermekeket célzó élelmiszerlánc-biztonságról szóló tananyagot is ki kell dolgoznia és ingyenesen elérhetővé kell tennie, 2018. július 30-ig. A kormány erre a célra idén 150 millió forintot fordít, a finanszírozásért a nemzetgazdasági miniszter a felelős. Szintén a földművelésügyi tárca vezetőjének a feladata, hogy a hiteles vásárlói tájékoztatás, szemléletformálás érdekében alakítsa ki az S-QR kód alapú Kiváló Magyar Élelmiszer védjegyet, a kapcsolódó elektronikus tudástárral együtt, 2018. december 31-ig. A nemzetgazdasági miniszter ehhez 2018-ban 130 millió forintot biztosít. A földművelésügyi miniszternek kell megalkotnia a közétkeztetők és ételeik minősítésére is szolgáló "Minőségérzet növelése a közétkeztetésben" programot, 2017. december 31-ig. A program megvalósítását a nemzetgazdasági miniszter 2018-ban 50 millió forinttal támogatja. A földművelésügyi miniszter feladata még, hogy a Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal (Nébih) bevonásával bővítse ki az "Ételt csak okosan" és a Szupermenta programot, valamint a gyümölcsök, zöldségek minőségével kapcsolatos helyes fogyasztói elvárások kialakítására dolgozza ki a "Tökéletlen is lehet tökéletes" programot, 2018. december 31-ig. Mindezek megvalósításához a nemzetgazdasági miniszter jövőre 200 millió forinttal, 2019-ben pedig 20 millió forinttal járul hozzá. A földművelésügyi miniszternek ezen felül 2018. június 30-ig erősítenie kell a Magyar Élelmiszerkönyv ismertségét, amely a közérthető közigazgatás jegyében segíti a vásárlói tudatosság kialakulását. Erre a feladatra a nemzetgazdasági miniszter 2018-ban 100 millió forintot biztosít. (MTI, 2017. augusztus 16.) - admin

[Eredeti](#)

(blokk.com, 2019. november 26., kedd)

Súlyos bírságot is kiszabhatnak

Vásárolhatunk-e cigit a fiataloknak?

Utánajártunk, hogy városi legenda vagy valós az a hír, ha valaki fiatalkorúnak vásárol dohányterméket, akkor hasonlóan súlyos büntetésre számíthat, mint a kereskedő.

BARANYA Olvasónk kereste meg szerkesztőségünket, hogy a napokban az egyik pécsi belvárosi dohánybolt előtt fiatal középiskolások állították meg. Arra kérték, hogy vegyen számukra cigarettát, és pénzt is adtak neki. Olvasónk bement a boltba, és a fiatalok által kért cigit megvette. Az eladó tudta, hogy kinek vásárolja, így felhívta a figyelmét, hogy a fiatalkorúak számára vásárolt dohánytermék miatt több milliós bírságra büntethetik meg nemcsak őt, hanem a vásárlót is.

A Baranya Megyei Kormányhivatal lapunk megkeresésére közölte, a kereskedő köteles a dohánytermék értékesítését megtagadni, ha annak gyanúja merül fel, hogy a nem fiatalkorú fogyasztó a dohányterméket fiatalkorú részére történő továbbadás céljából kívánja megvásárolni. Ha a dohánytermék-kiskereskedő ennek ellenére kiszolgálja a vevőt, a fogyasztóvédelmi hatóság vele szemben járhat el, a továbbadás céljából vásárló felnőtt

magánszemélyt viszont nem bírságozhatja meg. Vagyis a felnőtt lelkiismeretére van bízva, hogy vásárol-e a fiataloknak cigit, vagy megtagadja azt.

A kormányhivatal kiemelte, a fogyasztóvédelem munkatársai rendszeresen végeznek próbavásárlásokkal egybekötött ellenőrzéseket. Ilyenkor nemcsak azt vizsgálják, hogy kiszolgálják-e a fiatalokat vagy azt, aki fiatalok számára vásárol dohányterméket, hanem a többi ide vonatkozó rendelkezés betartását is. Így például, ha fiatal tartózkodik az üzletben, akkor őt azonnal távozásra kell felszólítani, és amíg ennek nem tesz eleget, addig a dohányboltban található termékek értékesítését fel kell függeszteni. Ha a vásárló a felhívás ellenére sem hagyja el az üzletet, a dohánytermék-kiskereskedő a rendőrség intézkedését is kérheti.

Fiatalokkal vásároltattak

A Baranya Megyei Kormányhivatal lapunknak elmondta, céljuk az, hogy a fiatalok alkoholtól, dohányterméktől való fogyasztását - azok egészségkárosító hatására tekintettel - megakadályozzák. Az elmúlt évben a hivatal negyven dohányboltban végzett a fiatalok kiszolgálásával összefüggésben ellenőrzést a megyében. Tíz esetben tapasztalták az ellenőrzést végzők, hogy a kereskedő nem tartotta be az előírásokat, és a tiltás ellenére kiszolgált a fiatalok számára a dohánytermékeket. A hatóság minden ilyen ügyben eljárást indított, bírságot szabott ki, és meghatározott ideig korlátozta a dohánytermékek forgalmazását.

A diákok felnőtteket bíznak meg a vásárlással

Zsigmond József jozsef.zsigmond@mediaworks.hu

[Eredeti](#)

(Új Dunántúli Napló, 2019. november 27., szerda, 4. oldal)

Békéltető testületek

A következő beszélgetés erejéig összekapcsolódik a Kossuth Rádió és az M1 reggeli műsora. Vendégünk Baranovszky György, a Budapesti Békéltető Testület elnöke, akit Tari Judit Titanilla is kérdez. Idén már közel négyezren fordultak a békéltető testülethez. Címek: fogyasztóvédelmi panaszok, ügyszámok, vállalkozások, Pénzügyi Békéltető Testület, bíróság.

[Eredeti](#)

(Kossuth Rádió - 180 perc, 2019. november 27., szerda, 08 óra)

Csaknem négyezren kérték a Budapesti Békéltető Testület segítségét

Újhelyi Zoltán (műsorvezető: - Stúdióunk vendége Baranovszky György, a Budapesti Békéltető Testület elnöke, akit Tari Judit Titanilla műsorvezető társammal, az M1 műsorvezetőjével kérdezzük. Tehát, hogy már eddig idén közel négyezren fordultak a

békéltető testülethez. Hát most jön a karácsonyi bevásárlási időszak, ugye békéltetőtestület általában fogyasztóvédelmi panaszokkal, kereskedelmi jellegű problémákkal találkozik. Milyen rohamra számít?

Baranovszky György (elnök, Budapesti Békéltető Testület): - Hát az áruházakban biztosan nagyon lesz, de azért azt lehet látni, hogy akár a Budapesti Békéltető Testület előtt, akár az ország más részein megyékben is ott vannak a testületek, az ügyszámok csökkennek. Tehát az, hogy a Budapesten négyezer ügy volt, ez az tavalyi évhez képest csökkenő száma a ott mutat, és ennek egy oka van. Mégpedig az, hogy a vállalkozások, hogyha probléma van, már önmagában a fogyasztóval történő kommunikációnak az eredményeképpen megoldják az ügyeket, és ez nagyon jó.

Műsorvezető: - Tehát ugye, tudják, hogy léteznek önök és inkább óvatosabbak.

Branovszky György: - Nem feltétlenül, hanem a vállalkozásoknak nagyon fontos az, hogy a fogyasztót megtartsák, és ugye békéltető testülethez csak akkor lehet fordulni, amikor fogyasztó igazolja azt, hogy megkísérelte a panasznak a megoldását a vállalkozással és az eredménytelen volt. Na most azt lehet látni, lényegében az elmúlt húsz évnek az eredményeképpen, hogy a vállalkozások megoldják a panaszokat, nagyon kemény munka és nagyon sok munka van abban, hogy eljutottunk idáig és emögött és emellett is lehet látni az, hogy a számok is csökkennek, amik a testülethez mennek. Hiszen a testületek döntenek egyébként, hogyha nem sikerült megoldani a vitát, de már már ez a szám, mint ahogy említettem csökken, és ettől függetlenül egyébként a kérdésre konkrétan is válaszolva biztos, hogy lesznek kérdések, fogyasztói kérés kérdések, de a vállalkozások fel vannak és készül arra, hogy a fogyasztói rohamot egyébként, hogyha panaszroham is van, az tudják megfelelően kezelni.

Tari Judit Titanilla (műsorvezető): - Én is üdvözlöm elnök urat, ott a Kossuth Rádió stúdiójában! Jó reggelt! Többségében, ami önökhöz kerül ügy, ez milyen típusú ügy, ami már eljut abba a szakaszba, hogy a békéltető testülethez fordulnak a felek, és nem tudják megoldani kommunikációval?

Branovszky György: - Lényegében mindennemű mindennapi fogyasztóvédelemhez tartozik. Tehát itt arra kell gondolni, hogy akár hírközlési, akár az, hogy elromlott, mondjuk az a termék, amit megvásároltak néhány hónappal ezelőtt, akár egy parkolási bírsággal kapcsolatos ügy, akár egyébként egy közüzemi szolgáltatás, például az, hogy elfolyt mondjuk egy egy házban, egy egy vidéki házban, és nem volt ott a a fogyasztó a kerti csap, és akkor ebből milyen kötelezettsége van a fogyasztónak. De ugyanígy a közüzemi szolgáltatásokkal mellett az utazási ügyek is, tehát minden olyan üggyel fordulhatnak a békéltető testülethez, testületek a fogyasztók a mindennapi életüket érinti. Ha pedig a pénzügyi, biztosítási problémáik vannak, akkor pedig forduljanak bátran a Pénzügyi Békéltető Testülethez, ahol szintén egyébként csökken az ügyeknek a száma, amely felhívja, és maga után vonja azt is, hogy a jogalkotónak máshogy kell gondolkoznia a jövőben a békéltető testületekről. Hiszen lezárult egy olyan folyamat, aminek az eredménye az, hogy egyre kevesebben fordulnak a testületekhez, tekintettel arra, hogy a fogyasztókkal szemben a vállalkozások megoldják önmagában már a problémákat.

Műsorvezető: - Önök tulajdonképpen hogyan működnek, Ez egyfajta béke bírói tevékenység, amit végeznek most idézőjelbe tettem, de ez kifejezetten bírói tevékenység?

Branovszky György: - Nulladik fokú bírósággént működnek a békéltetőtestületek

Műsorvezető: - Így hívják, hogy nulladik fokú bíróság?

Branovszky György: - Az Országgyűlés 2011-ben fogyasztóvédelmi törvény módosítás akkor mondta ez ki, de azért egyébként az alternatív vitarendezési fórum. A fogyasztók, a vállalkozások, amikor bejönnek egy testületi meghallgatásra, lényegében úgy működünk, akkor ott nem sikerül megoldani a problémát, mint egy bíróság. Zárójelbe teszem, mert olyan

olyan döntéseket kell hozni, amik szakszerűek és teljesen jogilag körülvértettek. Ezek nagyon fontos tények. Természetesen azért a hangnem és a hangsúly, és minden a beszélgetésen megy először, tehát amikor otthon egy konkrét probléma, ott a fogyasztót, ott a vállalkozás, hiszen a vállalkozónak kötelező megjelenni a meghallgatásokon. Ott nekik beszélgetni kell egymással, hiszen egyezségekre kell törekedni, de ez meg fog történni. Lényegében úgy működünk mintegy mint egy bíróság. Arra szeretném fenn a tévé és rádió nézők, hallgatók figyelmét, hogy ne ijedjenek meg, tehát hogyha problémájuk van, akkor bátran forduljanak a testületekhez. Nem olyan, hogy izgulni kell előtte, meg lesz oldva a probléma, meg lesz oldva az ügy, a számok ezt mutatják. Tehát nem azért mondom ezt, mert hivatalból kéne ezt mondanom.

Műsorvezető: - Úgy mondja, mint egy pszichológus, meg lesz oldva. Ez hozzátartozik magához a békéltetés.

Branovszky György: - Természetesen, ugye nekem a foglalkozásom végzettségem, az jogi végzettség, anélkül azt nem lehet csinálni. De azért lehet csinálni, ha önnek van egy olyan problémája, hogy mondjuk nyolcadik hónapban az adott a műszaki termék meghibásodott, akkor nem fogja azt tudni automatikusan, hogy milyen jogi kötelezettségei vannak a vállalkozásnak. Ezt jogi jogászok meg tudják mondani, de ettől függetlenül, és hogyha pszichológus, és úgy beszélek egyébként ráhatással, de ráhatással kell lenni a fogyasztóra és vállalkozásra. Azért kell, meg kell őket békíteni egyébként, meg kell őket nyugtatni, hiszen a fogyasztókat odakerülnek a testülethez, testületekhez ők már egy plusz át állapotban vannak, hiszen nem oldódott meg az ügy. Ez nagyon rossz helyzet, azt szoktam mondani, hogy ennél egy rosszabb helyzet van, mégpedig, hogy az egészséggel van probléma. Dee hogyha a az egészség rendben van, akkor mit fog menni a legnagyobb gondja fogyasszon, hogyha az anyagilag átverik vagy, vagy nem sikerül neki elérni azt, amit szeretett volna, ezért meg kell nyugtatni az embereket, és hogyha ez sikerül, akkor utána megint a számokkal kell mondani, Budapesti Békéltető Testület az ügynek a nyolcvan százalékát megoldja. Azért oldja meg, mert a vállalkozás is olyan, azért oldja meg, mert a fogyasztó is olyan és a jogszabályi háttér is megfelelő. Van egy húsz százalék, amiben nincs hatáskör, nincs hatásköre a testületnek, hogy egyébként pedig annyira megalapozatlan az ügy, hogy a vállalkozás azt mondja, hogy na jó, szemben egyébként nagyon sok üggyel, amikor a vállalkozás azt mondja, és úgy nyilatkozik, hogy nem biztos, hogy igaza a fogyasztónak, ez a pszichológus ráhatás, de akkor is teljesítem az igényét. Nagyon sokat tesz azért a Budapesti Kereskedelmi és Iparkamara, hogy a vállalkozásoknak elmondja az, hogy milyen kötelezettségeik vannak, hiszen sokkal könnyebb egyébként Budapesten háromezrezer vállalkozóval foglalkozni, mint a közel kétfélmillióval vagy a vonzáskörzetben lévőkkel. Ezért a kamara úgy döntött, hogy a vállalkozásokat is felkészíti, a jövőben sokkal nagyobb hangsúlyt fog szánni majd, hogy ismerjék a kötelezettségeiket, mikor a fogyasztó hozzámegy be, találkozik a fogyasztó egy olyan vállalkozással, aki, akinek automatikusan tudni fogja, hogy na igen, ekkor mit kell csinálni, akkor a fogyasztó nyugtával fogja dicsérni a napot is, és boldogan fog hazamenni.

Műsorvezető: - Kedves hallgatói, kedves nézőink, ennyi volt mára rádió tévében, vendégünk Branovszky György, a Budapesti Békéltető Testület elnöke és műsorvezető társam Tari Judit Titanilla nevében is köszönöm a nézők figyelmét.

[Eredeti](#)

(MTV - Ma reggel, 2019. november 27., szerda, 08 óra)

A Black Friday buktatói

Egy rendkívül aktuális témával kezdjük a műsort. Sok mindenkivel szembejött az interneten már az a kép, amikor felül ül egy ember, mosolyog és oda van írva, hogy na, most megnézem, hogy amit a Black Friday-en vettem tévét 200 ezer forintért, most mennyibe kerül, majd utána nagyon komoly arccal néz az ember és oda van írva alá, hogy 150 ezer. Somogyi Dia és Csalmi V. Csaba vendége a stúdióban Dömölki Livia, az Országos Fogyasztóvédelmi Egyesület elnöke, aki a Black Friday buktatóiról beszél. Címkek: kedvezmény, kiadás, leértékelés, akció.

[Eredeti](#)

(DUNA TV, 2019. november 27., szerda, 10 óra)

A fogyasztóvédelem ellenőrzi a játzóeszközök üzemeltetőit

A játszótérek biztonságos üzemeltetési feltételeit az üzemeltetőknek kell biztosítani. A fogyasztóvédelmi hatóság kiemelt figyelmet fordít a játszótérek ellenőrzésére a gyermekek biztonsága érdekében.

Azt, hogy az eszközök ténylegesen biztonságosak, az ún. kijelölt szervezetek szakértői ellenőrzik, ők vizsgálják a játszótéri eszközök biztonsági előírásoknak való megfelelését, például ne szorulhasson be fej, nyak, ujjak, valamint hogy leesés ellen védelmet nyújtanak-e. Amennyiben megfelelő, tanúsítványt állítanak ki róla. A játszótéri eszközöket ennek a tanúsítványnak birtokában lehet csak forgalmazni, és lehet őket telepíteni.

A biztonságos játszótéri berendezések telepítését az üzemeltetőnek jelentenie kell a fogyasztóvédelmi hatóság részére. Az első használatba vétel előtt az üzemeltetőnek kötelessége kijelölt szervezettel tanúsíttatni az eszközöket, amelyről az üzemeltető mellett a fogyasztóvédelmi hatóság is jegyzőkönyvet kap. Ezt követően legalább négyévente kötelező a kijelölt szervezetekkel a játszótérek vizsgálatát elvégeztetni, amelyről szintén tájékoztatni kell a hatóságot. Az üzemeltetők felelőssége az előírások betartása, a rendszeres felülvizsgáztatás, és a biztonságos üzemeltetés. Az eszközökről, azok állapotáról, valamint az időszakos ellenőrzésekről az üzemeltetőnek nyilvántartást kell vezetni, amelyet legalább 10 éven keresztül meg kell őrizni.

A fogyasztóvédelmi hatóság nemcsak az adatbázisában szereplő játszótéreket ellenőrzi, hanem a helyszíni ellenőrzés során azokat az üzemeltetőket is, amelyek nem jelentik le, vagy nem végeztetik el a tanúsítást. A fogyasztóvédelmi ellenőrzés célzottan a dokumentumok, azaz a tanúsítványok, ellenőrzési jegyzőkönyvek meglétére irányul. Amennyiben a hatóság hiányosságot tapasztal, bírság kiszabása mellett kötelezi az üzemeltetőket a pótlásra. Az üzemeltetőnek kötelessége ilyenkor a szükséges ellenőrzéseket a kijelölt szervezettel elvégeztetni, a végrehajtott javításokat, valamint a megtett intézkedéseket dokumentálni. Ha a játszótéri eszköz nem megfelelő, akkor a fogyasztóvédelmi hatóság megtiltja az eszköz használatát.

A széleskörű hatósági jelenlétet és az ellenőrzéseket 2020-ban folytatja a fogyasztóvédelmi hatóság. A vizsgálatok az intézményi - azaz bölcsődei, óvodai, iskolai, a

közterületi -, valamint a szállodákban és éttermekben található játszóterekre és játszóházakra egyaránt irányulnak. A részletes előírásokat a játszótéri eszközök biztonságosságáról szóló 78/2003. (XI. 27.) GKM rendelet tartalmazza.

(kormanyhivatal.hu/Heves Megyei Kormányhivatal)

[Eredeti](#)

(kormanyhivatal.hu, 2019. november 27., szerda)

Könnyen átverés áldozata lehet a Black Friday-őrület hetei alatt

Az Egyesült Államokból indult világhódító útjára a Black Friday, azaz a fekete péntek névre hallgató kereskedelmi ámokfutás, amely szerint november utolsó péntekén őrületes akciókkal vásárolhatunk meg termékeket és szolgáltatásokat. Ezt még lehet fokozni.

Akár a személyes vásárlás mellett döntünk, akár az online piactereket böngésszük inkább, óriási, csábító kedvezményeket fedezhetünk fel a Black Friday-időszakban. Az élelmesebb kereskedők már elhatárolódtak az egyezményes fekete péntektől, és jóval napokkal, hetekkel a versenytársak előtt meghirdetik világra szóló kedvezményeiket. Kérdés, hogy mennyire valósak az akár 70 százalékgig terjedő árengedmények? A szerencsésebbek rábukkanhatnak valós kedvezményekre, ahol a cégek olyan terméket, szolgáltatást áraznak le időszakosan, amin a magas árrésük miatt akkor is nyernek, ha szinte fél áron adják azokat. Ilyenkor ugyanis a megnövekedett érdeklődés miatt a darabszámból adódó bevétel pótolja a megnyírbált hasznot, így mindenki jól jár. Ez, és az ehhez hasonló akciók lennének a normálisak, ám mindig vannak olyan szemfüles fogyasztók, akik égbekiáltó sumáságokba botlanak bele. A Gazdasági Versenyhivatal egyértelműen megfogalmazza, mi számít tisztességtelen kereskedelmi ajánlatnak. Tisztességtelennek minősül az a kereskedelmi gyakorlat, amikor a fogyasztó valamilyen okból nem a közölt mértékű árkedvezményben részesül, így nem valósul meg az ígért megtakarítás. Ez több esetben is előfordulhat, melyek közül néhány bárki által tetten érhető, mások viszont erősen keresik a kiskapukat. Amennyiben az üzlet nem teszi lehetővé az akció időtartama alatt a vásárlók számára, hogy az ígért áron vegyék meg az árut, vagyis a boltban az előzőleg közölnél magasabb áron jutnak csak hozzá. Sokszor fordul elő az is, hogy az eredetiként feltüntetett árat sosem alkalmazta a vállalkozás, azaz árcsökkenés nem történt, csupán egy fiktív áthúzott árat tüntetnek fel az akciósnak nevezett mellett. Ennél már fifikásabb trükk az, ha a magasabb árat alkalmazta ugyan korábban a vállalkozás, de az akciót közvetlenül megelőző időszakban az nem érvényesült, vagy csak kivételesen, illetve átmeneti jelleggel (pl. észszerűtlenül rövid ideig) érvényesült, vagyis nem minősíthető az akciót megelőző időszak jellemző árának. A túlárzás mellett jellemző a készlethiány is. Főleg elektronikai termékeknél figyelhető meg, hogy az akciósként meghirdetett vezető termék szinte azonnal készlethiánnyal indul, tehát a fogyasztó azt nem éri el, de ha már bement az adott boltba vagy szétnézett a webáruházban, valószínű, hogy mégsem fog üres kézzel távozni. Pláne, hogy a fekete péntek, pontosabban az utóbbi 1-2 évben már fekete napok, sőt hetek a karácsonyi vásárlási roham startvonalánál helyezkednek el. Ilyenkor gyakorlatilag szinte minden mindegy, kevésbé nézzük, hogy mennyit költünk, sokkal inkább azt, hogy mennyivel ússzuk meg ezt az egészet olcsóbban. Bár a fogyasztói árak évről évre emelkednek, azért azt elmondhatjuk, hogy a magyar vásárlók mégsem költenek jelentősen többet karácsonyi ajándékokra, mint az előző években

- derül ki a KSH adataiból. Ez az összeg 46 760 forint, amelynek a fele online vásárlásra megy el. Ezt a statisztikát valamelyest a Black Friday-ajánlatok lehúzzhatják, mert a százalékkal erősen meg tudja babonázni a vásárlót. A vásárlás ilyenkor ugyanis több a szimpla pénzköltésnél. A LiveScience online tudományos magazin azt írja, a fogyasztói magatartás evolúciós okokra vezethető vissza, és erősen korrelál a gyűjtögető életmóddal: erőforrásokat felhalmozni és túlélni. És valóban. Persze ott a másik oldal, amely a Black Friday-t kampányszerűen "ne vásárolj semmit!" napnak nyilvánítja. - Tóth Alexandra

[Eredeti](#)

(duol.hu, 2019. november 27., szerda)

A családi vállalkozások kartelljét is vizsgálhatják

Nem csak a multinacionális vállalatok manipulálhatják a piacot

A család szent, ám ha a családtagok cégei ugyanazonokon a közbeszerzéseken indulnak és egyeztetik az árakat, az éppen úgy kartellnek számít, mint a multinacionális vállalatok esetében. A kis és középvállalkozások helyzetét mentheti, hogy ha első esetben fordul elő a jogsértés, akkor figyelmeztetéssel megúszhatják.

A kartellezésről legtöbbünknek a nagyvállalatok jutnak eszünkbe: egy-egy iparágat világméretben meghatározó óriások, államok feletti gazdasági hatalmak komoly befolyással bírnak az árakra. De még az olyan piacon is lehet áregyeztetés, ahol viszonylag sok a szereplő. Jelenleg is tart például a több ezer fuvarozó vállalkozás kártérítési pere a féltucatnyi nagy teherautó-gyártó ellen, amelyek - az Európai Bizottság jogerős megállapítása szerint - bizonyíthatóan egyeztettek az árakat, és mintegy tíz százalékkal megkárosították a vevőiket. A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) szerint azonban a piacnak effajta manipulálása nem a multik kiváltsága. Helyi piacokon, például egy-egy településen a közbeszerzési eljárások esetében hasonló jelenségek tapasztalhatók, amelyek közül nem egy "családon belül marad". Nem kell nagy dolgokra gondolni: elég, ha az iskola tornatermét kell felújítani, és helyben, mivel nincs más lehetőség, csak ugyanannak a nagycsaládnak a tagjaitól lehet árajánlatot kérni. Vagyis arról van szó, hogy az az egyébként természetes együttműködés, amely a gazdasági életben hasonló területen tevékenykedő testvérek, házastársak, rokonok érdekvédelmét szolgálja, árbefolyásoló tényező is lehet, és így a versenyjogi szabályokba ütközhet. Milyen szép, ha a rokonság jeles alkalmakkor körbeüli a fehér asztalt, és abban sincs semmi rossz, ha a hasonló területen ténykedő családtagok megosztják egymással a tapasztalataikat. De ha a nagymama születésnapján abban is megegyeznek, hogy az önkormányzatnak mennyiért adnak el valamit vagy milyen áron nyújtják a szolgáltatásukat, akkor az kartell lehet, amiért bizony kemény pénzbüntetés, sőt akár szabadságvesztés is járhat.

A Gazdasági Versenyhivatal már az elmúlt években is hozott határozatot effajta ügyekben - ismertette lapunkkal a Deloitte Legal versenyjogi csapata. Előfordult például, hogy a hatóság négy kútfűró céggel szemben lépett fel közbeszerzési kartellezéssel kapcsolatos ügyben. A cégek azzal védekeztek, hogy az egymás közötti megbeszéléseik azért nem jogsértők, mert a tulajdonosaik, ügyvezetőik rokoni kapcsolatban állnak egymással, így versenyjogi szempontból egy vállalkozáscsoportba tartoznak, és összehangolt piaci magatartásuk nem minősülhet kartellnek.

A GVH azonban azt állapította meg, hogy csak az egymással kölcsönösen közeli hozzátartozói viszonyban álló - egyenes ági rokon, házastárs, testvér - személyek tulajdonában lévő cégek tartozhatnak egy vállalkozáscsoportba. A távolabbi rokoni kapcsolatban állók, úgy mint: sógor, anyós, após tulajdonát képező társaságokat fő szabály szerint egymástól függetlennek kell tekinteni. Ez azt jelenti, hogy ezek a cégek nem hangolhatják össze piaci tevékenységüket, és a kartellezés tilalmát érintő szabályokat ugyanúgy be kell tartaniuk egymás között, mintha egymástól teljesen független piaci szereplőkről lenne szó. Ha például a családi cégcsoport vállalkozásai egy közbeszerzési eljárásban ajánlattevőként úgy nyilatkoznak, hogy egymástól függetlenek, majd az ajánlattétel során egyeztetik az ajánlati áraikat, akkor a GVH egy későbbi versenyfelügyeleti eljárásban ezt a helyzetet értékelheti úgy, hogy a családi vállalkozások egymástól versenyjogilag függetlenek, hiszen függetlenségükről a közbeszerzési eljárásban nyilatkoztak. Ezért aztán nem egyeztethettek volna ajánlati áraikról. Ilyen esetben a függetlenség kérdése egyáltalán nem mellékes, hiszen a közbeszerzési kartellezés esetén jelentős bírság szabható ki, és ez a magatartás akár szabadságvesztéssel is büntethető.

Jó hír, hogy a kis- és közepes cégeknek - és így a legtöbb családi vállalkozásnak - kedvező bírságszabály is szerepel a versenytörvényben. A mikro-, kis- vagy középvállalkozással szemben az első esetben előforduló jogsértésnél az eljáró versenytanács bírság kiszabása helyett figyelmeztetést is alkalmazhat. Akkor tehetik ezt meg, ha úgy látják, a vállalkozás a későbbiekben betartja majd a szabályokat.

A kútfűrókra is vonatkozik a versenytörvény (képünk illusztráció)

Jámbor Gyula

[Eredeti](#)

(Magyar Nemzet, 2019. november 28., csütörtök, 15. oldal)

Fokozottan ellenőrzik a webáruházakat

BLACK FRIDAY A tavalyi volumen dupláját, akár 80 milliárd forintot is otthagynak a boltok kasszáiban

Az idén is kiemelten ellenőrzi a webáruházakat a fogyasztóvédelmi hatóság és az Innovációs és Technológiai Minisztérium (ITM), a vizsgálat egész novemberben tart - mondta Keszthelyi Nikoletta, az ITM fogyasztóvédelemért felelős helyettes államtitkára. A karácsonyi időszakban a hagyományos üzletekre is fokozottan figyelnek. Az eddigi hatósági ellenőrzések nyomán már indult eljárás megtévesztő hirdetések miatt, és az árképzésnél is feltártak hiányosságokat. A próbavásárlásokon az ITM késve szállításokat is tapasztalt: a meghirdetett szállítási határidőt gyakran nem tartják be, az érintettek emiatt is számíthatnak fogyasztóvédelmi eljárásra. A legtöbb panasz egyébként éppen a szállítással összefüggésben érkezett a hatósághoz.

A helyettes államtitkár arra hívta fel figyelmet, hogy internetes rendelésnél fontos ellenőrizni a webáruház elérhetőségeit, a fizetési lehetőségeknél pedig érdemes az utánvétet választani. Emlékeztetett arra, hogy az online vásárolt termékekre 14 napos elállás vonatkozik. "Az elmúlt három évben több mint 2300 webáruházat vizsgáltunk meg, ezer próbavásárlást hajtottunk végre, így sikerült visszaszorítani a jogsértések arányát" - ismertette Keszthelyi Nikoletta.

Bencsik Balázs, a Nemzetbiztonsági Szakszolgálat Nemzeti Kibervédelmi Intézetének vezetője ugyanezen az eseményen arról beszélt, hogy a hitelkártyacsalások a legjövődélmezőbbek a visszaélések között. Az online vásárlásoknál a támadók pénzszerzésre, valamint a pénzügyi és a személyes adatok megszerzésére törekednek. A kiberbűnözők hamis oldalakat hoznak létre, ezek neve a címsorban a megszokottól eltérő karaktereket tartalmazhat. Ha ezt nem veszi észre időben a fogyasztó, annak súlyos következményei lehetnek. Az adathalászat folyamatosan nő: az idén novemberig 50 százalékkal emelkedett az adathalászattal összefüggő incidensek száma 2018-hoz képest, a kibervédelmi intézet mintegy kétezer esettel foglalkozott.

A felmérések szerint csak tavaly 800 ezren vásároltak a fekete pénteki kiskereskedelmi leárazások napján, amelyet hivatalosan holnap tartanak meg a magyar piacon is. Ezen a napon 2018-ban megközelítőleg 40 milliárd forintot költöttek el a fogyasztók. A szakemberek arra számítanak, hogy az idén ennél is többen, több mint egymillióan igyekeznek majd akciósan vásárolni, és a tavalyi volumen duplája, akár 80 milliárd forint is összejöhet a boltok kasszáiban.

Az adathalászati incidensek 50 százalékkal nőttek novemberig
H. F.

[Eredeti](#)

(Világgazdaság, 2019. november 28., csütörtök, 4. oldal)

Erre figyeljünk a Fekete Pénteken és egyéb akciókon

A Black Friday alkalmával az e-kereskedelmi cégek minden év novemberében a megszokottnál vonzóbb ajánlatokkal célozzák meg a vásárlókat. Az Innovációs és Technológiai Minisztérium (ITM) az esemény közeledtével hasznos fogyasztóvédelmi tanácsokkal kíván szolgálni a vásárlók részére.

Hogyan kerülhetjük el a problémákat? Az ITM IT Laboratóriuma, a fogyasztóvédelmi hatóság gyakorlati tapasztalatai és próbavásárlásai alapján az alábbiakat javasolja figyelembe venni online vásárlás esetén: Nézzük meg, hogy a kereskedő által adott kuponok, utalványok, leértékelések valóban érdemi kedvezményt tartalmaznak-e, továbbá az üzlet vagy webáruház teljes árukészletére vagy csak meg határozott termékekre, termékkörökre vonatkoznak. Minden online vásárlás előtt kattintsunk a "kapcsolat" menüpontra, mert innen láthatjuk, hogy hazai vagy külföldi webáruházban böngészünk-e. A magyar nyelvű honlap vagy a ".hu" végződés nem feltétlenül jelenti, hogy hazai kereskedőtől rendelünk. A Black Friday idején fontoljuk meg, hogy valamivel kedvezőbb árért lemondunk-e az utólagos terméktámogatásról (pl.: szerviz, alkatrész), mert az utólag felmerülő igényérvényesítés külföldi kereskedőkkel szemben hosszadalmasabb és nehezekebb lehet a fizikai távolság, nyelvi nehézségek, magasabb költségek miatt. Célszerű a honlapon szereplő információkat akár képernyőképként is elmenteni, ha esetleg mégis probléma merül fel az online vásárlással. A magyartalan, vélhetően fordítóprogrammal készült honlapokkal is célszerű kellő óvatossággal élni. Az ünnepi időszakban elterjednek azok a webáruházak, melyek kifejezetten a Black Friday idejére jönnek létre, jellemzően csak előreutalással lehet fizetni, a termékek gyakran csak késve, vagy egyáltalán nem érkeznek meg, a cég pedig a megrendelést követően utolérhetetlenné válik. Érdemes vásárlás előtt internetes fórumokon

tájékozódni a webáruház megbízhatóságáról. Az internetes vásárlás előtti tájékozódást segíti a jogsértést elkövető webáruházakat összegyűjtő adatbázis is, amely a www.jogsertowebaruhazak.kormany.hu címen érhető el. Az ITM által működtetett adatbázis tartalmazza azokat a vállalkozásokat is, aki teljesítették a határozatban foglaltakat, és így fogyasztóvédelmi szempontból már megfelelően működnek. Az e-kereskedelemre is vonatkozik, hogy a termék árát, vagy a szolgáltatás díját egyértelműen, adóval és egyéb járulékos költségekkel (pl.: szállítási díjjal) együtt kell feltüntetni, további lényeges információkkal együtt pl.: szállítás ideje, módja, fizetési lehetőségek. Fontos a webáruházban rendelkezésre álló fizetési módok áttekintése. A vásárló szempontjából legbiztonságosabb fizetési mód az utánvét, emellett előre fizetés esetén biztonságos a webszámla, amelyet elég olyan összeggel feltölteni, amely az adott vásárláshoz elegendő. Bankkártyával történő előre fizetés esetén visszaterhelésre (chargeback) is van lehetőség, ha a kifizetett termék nem érkezik meg. A törékeny műszaki cikkek esetében lényeges, hogy webáruház biztosít-e olyan szállítási módot, amelynél vásárlónak lehetősége van a futár jelenlétében meggyőződni a termék sértetlenségéről. Ebben az esetben a vásárló aláírásával nemcsak a csomag, hanem a termék sértetlenségét is igazolja. Egyéb esetekben a futár kizárólag a csomag, tehát nem a termék sértetlen átadásáért felel. Célszerű figyelni a szállítási határidőre, különösen a külföldről, Távol-Keletről, tengerentúlról való rendelések esetén, hogy az ajándéknak szánt termék időben megérkezzen. A webáruházak a kiszállítási mód tekintetében általában többféle lehetőséget kínálnak, feltüntetve a szolgáltatót (pl. posta, nemzetközi futárcég), a várható kiszállítási időt és a szállítási díjat. A szállítási határidőt a raktárkészlet és a futárcéggel kötött megállapodása alapján a webáruház határozza meg. Ha a termék jelentős késéssel érkezik, a fogyasztóvédelmi hatóság eljárást indíthat megtévesztő gyakorlat miatt, hiszen sok vevő éppen azért rendelte meg az adott cégtől az árut, mert az gyors szállítást ígért. Jó tudni, hogy az Európai Unió kívüli webáruházból érkező áruk 22 euróig vám- és adómentesek, 150 euróig vámmentesek ugyan de áfat kell utána fizetni, míg a 150 euró feletti érték esetében vámot és áfat is kell fizetnie a vásárlónak. további részletes tájékoztatás a https://www.nav.gov.hu/nav/kiadvanyok/internetes_vasarlas és a <https://www.posta.hu/vam> oldalakon érhető el. Mit tehetünk, ha meggondoltuk magunkat a Black Friday során online rendelt termékkel kapcsolatban? Amennyiben a termék nem felel meg, vagy a vásárló meggondolta magát, a termék átvételétől számított 14 napon belül indokolás nélküli, elállási jog illeti meg. Gyakori probléma, hogy az interneten rendelt, de az üzletben személyesen átvett termékekre nem biztosít a kereskedő elállást, holott a vásárlónak erre is lehetősége van. Ezen felül több webáruház csak akkor venné vissza a terméket elállás keretében, ha a vásárló eredeti csomagolásban küldi vissza azt, pedig az elállási jog nem köthető többletfeltételekhez, így az eredeti doboz megőrzéséhez sem. Ha a fogyasztó eláll a szerződéstől, vissza kell juttatnia a terméket a kereskedőhöz, a vállalkozás pedig haladéktalanul, de legkésőbb 14 napon belül köteles visszatéríteni a fizetéssel azonos módon a vételárként megfizetett teljes összeget, ideértve a szállítási díjat is. Az elállási jog nem korlátlan, a kereskedőnek egyes termékkörökre nem kell elállási jogot biztosítania. Ilyenek például a gyorsan romló élelmiszerek, kibontott csomagolású higiéniai termékek, CD/DVD/szoftver, letöltött programok, vagy a fogyasztó egyedi utasításai alapján gyártott termékek. Mit tehetek, ha az online vásárolt termék meghibásodik? Amennyiben a 14 napos elállási időtartam már eltelt, akkor az általános szabályok alapján hibás termék esetén az első lépcsőben a vásárló a termék kijavítását vagy kicserélését kérheti, amelyek közül ő választhat. A cserével kapcsolatban szükséges megjegyezni, hogy a vásárló csakis olyan terméket köteles elfogadni, amely adottságait, tulajdonságait, illetve egyéb ismérveit tekintve a korábbival azonos. A második lépcsőben foglalt kellékszavatossági igények az árszállítás, a vállalkozás költségére a hiba vásárló általi kijavítása vagy mással történő kijavíttatása és az

elállás. Online vásárlás esetén néhány kattintással és tudatos döntések meghozatalával sok későbbi problémát meg lehet előzni. Amennyiben a körültekintő vásárlás ellenére probléma merül fel, és azt a webáruházzal nem sikerül rendezni, a vevő a fogyasztóvédelmi hatósághoz és a békéltető testületekhez fordulhat. Az uniós országból való rendelés során felmerült panaszok megoldásában az ITM-n belül működő Európai Fogyasztói Központ (EFK) tud érdemi, ingyenes segítséget nyújtani. Bővebb tájékoztatás a www.fogyasztovedelem.kormany.hu oldalon érhető el. (fogyasztovedelem.kormany.hu) - Gerse Márton

[Eredeti](#)

(jogaszvilag.hu, 2019. november 28., csütörtök)

Másodfokon is kizárták a Digi az 5G-árverésből

A Magyar Telekom részvényei tegnap csupán kicsit drágultak a hírré, hogy a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság elnöke másodfokon helybenhagyta az 5G-s frekvencia értékesítése alaki vizsgálatának eredményét, tehát a Digi továbbra sem kerül a licitálók közé. Szakértői vélemények szerint a piac már beárázta a döntést. Az árverésből kimaradó cég korábban közölte, hogy bírósághoz fordul a döntés miatt. Ha pedig a bíró a peres eljárás folyamán felfüggeszti a támadott határozat végrehajtását, a frekvencia-árverést megint elhalaszthatják.

Másodfokon is kizárták a Digi az 5G-s tenderről

ÁRVERÉS A bíróság megakaszthatja a frekvenciaértékesítési folyamatot - Joggal való visszaélés állhat a háttérben

Helybenhagyta másodfokon az 5G-s frekvencia értékesítése alaki vizsgálatának eredményét a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság elnöke (NMHH) - közölték tegnap. A döntés magyarul azt jelenti, hogy a Digi Communications NV-t továbbra sem veszi árverési nyilvántartásba az NMHH, vagyis a 700, a 2100, a 2600 és a 3600 megahertzes frekvenciasávok használatára kiírt tenderen csupán a Magyar Telekom, a Telenor és a Vodafone vehet részt. A másodfokú eljárást a Digi fellebbezése miatt folytatták le, a romániai háttérű, hollandiai székhelyű cég a tegnap kihirdetett másodfokú döntését bíróságra viheti. A Világgazdaság megkereste az esetleges jogorvoslattel kapcsolatban a Digi csoport sajtóosztályát, ahonnan azt a választ kapta, hogy "a Digi csoport továbbra is elkötelezett ügyfelei minőségi kiszolgálása iránt, és folytatja terveinek megvalósítását

(...) és a továbbiakban nem kívánja kommentálni az NMHH döntését". Az árverésről kizárt cég korábban közölte, hogy a végsőkéig fog küzdeni a szerinte jogsértő döntés ellen.

Gaál Gellért, a Concorde Értékpapír Zrt. elemzője a Világgazdaságnak elmondta, hogy a Magyar Telekom árfolyamára valószínűleg nem gyakorol jelentős hatást a hír, mivel a piac eleve erre a döntésre számított. Az NMHH-közlemény kiadása után a Telekom kurzusa valóban csupán fél százalékkal, 441 forintra nőtt. Az elemző arra is kitért, hogy az Európai Unió irányelve értelmében a tagállamok kötelesek legkésőbb 2020-ban az 5G-s mobilszolgáltatások elindításához szükséges frekvenciákat kiosztani.

Ettől függetlenül, ha a Digi pert indít, kérelmére az eljáró bíró elrendelheti a megtámadott határozat végrehajtásának a felfüggesztését, s ezzel megakaszthatja az árverést.

Eredetileg október 11-ig a licitálási szakaszt már le is kellett volna zárni. A szakértők nemzetközi példák alapján úgy becsülik, hogy ha az árverést lebonyolítják, mintegy 60-65 milliárd forint frekvenciahasználati díj kifizetésére készülhetnek fel a Magyar Telekom részvényesei. A modellt azonban korábban négy indulóra számolták ki, egy résztvevő kiesése jelentősen visszavetheti a licitálás dinamikáját.

A hatóság ugyan nem hozta nyilvánosságra sem az első-, sem a másodfokú határozatot, az HWSW információi szerint azonban a Digit a joggal való visszaélés miatt zárta ki. A kiírás szerint ugyanis csak olyan cégeket vehetett nyilvántartásba a hatóság, amelyek korábban nem sértettek versenyjogi szabályokat. Márpedig a Digi és az Invitel egyesülésekor a Gazdasági Versenyhivatal 90 millió forint bírságot rótt ki a cégre. Az eljárásra éppen ezért nem a magyar bejegyzésű Digi, hanem annak anyavállalata, az amszterdami székhelyű Digi Communications NV jelentkezett. Pályázatát bennfentesek szerint azért utasították el a joggal való visszaélés miatt, mert az anyacég jelentkezését csakis az indokolhatta, hogy kijátssza a korlátozást, amit viszont a törvény tilt.

A Digi veszít egy 90 millió forintos GVH-bírság okozhatja

M. E.

[Eredeti](#)

(Világgazdaság, 2019. november 29., péntek, 1+9. oldal)

Az internetes vásárlás veszélyeire figyelmeztet a fogyasztóvédelem

Az internetes vásárlás veszélyeire figyelmeztet a fogyasztóvédelem. A Black Friday és a karácsony miatt, novemberben ugrásszerűen megnő a webáruházak értékesítése. A legtöbb probléma a megtévesztő hirdetésekkel, az árképzéssel és a szállítási határidőkkel van. Vámos György, az Országos Kereskedelmi Szövetség főtitkára közölte: idén az 1200 milliárd forintot is túllépheti a decemberi költekezés, ami magasabb lehet, mint tavaly - akkor 1130 milliárd forint lett a "végösszeg". A fogyasztóvédők felhívják a figyelmet, hogy csak olyan webáruházról rendeljenek a vásárlók, ahol egyértelműen kiderül, hogy milyen cég az üzemeltető és ahol feltüntetik az elérhetőségeiket. Fizetésnél az utánvétet javasolják.

[Eredeti](#)

(Jazzy Rádió - Hírek, 2019. november 28., csütörtök, 09 óra)

Nívó

Már több mint egy hete zeng minden a Black Friday-től, de mint jól tudjuk, nem minden arany, ami fénylik. Mi összeszedtük, hogy mi az az öt szempont, amire hogyha tényleg figyelnek, nem fázhatnak rá. És még mindig a kötelező. Az igazi panaszok majd most, a kampányidőszak végén jönnek csőstől, legalábbis ez a szakértők tapasztalata. De milyenek?

Olyan például, hogy mit lehet tenni, ha valaki pont egy nappal marad le a váltásról vagy például nem igazolta vissza az új biztosító a befogadást? És persze még sorolhatnám vég nélkül, de szerintem ennyi is elég ahhoz, hogy szemléltessem miről is fogunk valójában beszélni. Aztán, az MNB azt ígéri, hogy rendet vág a jelenlegi lakásbiztosítási káoszban, rövidesen ugyanis megjelenik, csakúgy, mint a lakáshiteleknel az úgynevezett minősített biztosítás. Hogy mi ez és miért is lesz jó nekünk, illetve hol és mikortól találkozhatunk majd ezzel a termékkel, elég sok szó esik majd erről is a mai műsorban. Következő kérdésem az, hogy mit jelent, hogy agresszív kereskedelmi gyakorlat, verekedős eladót? Ugye tudják, hogy viccelek. Mert hogy azt talán nem, de pszichés kényszerítést azt egészen biztosan, a hatóságok pedig ezt büntetik. De hogy mi van mögötte és hogyan nem tudjon hatni ránk, hát ez nagy kérdés, sajnos ma már ez is bekerült a mindennapi kérdések sorába. És végül, már megint felpörög a karácsonyi hitelek piaca, mint minden évben most is kiadják a figyelmeztetéseket, miután még egy százezer forintos hitelnél is akár 18-20 ezer forintos különbség is lehet a visszafizetendő összegnél, hogyha nem figyelnek oda, vagyis számíthatnak újabb jó tanácsokra ezzel kapcsolatban is. Három szakértő vendégem a stúdióban Binder István, a Magyar Nemzeti Bank felügyeleti szóvivője, Németh Péter, a CLB kommunikációs igazgatója és Siklósi Máté fogyasztóvédelmi szakértő. Címkék: Black Friday, félretájékoztatás, becsapás, üzleti szabályzat, akciók, konkrét határidő, elérhetőség, minősített fogyasztóbarát otthonbiztosítás, keretrendszer, kötelező biztosítás, váltás, felmondás, évforduló.

[Eredeti](#)

(KlubRádió, 2019. november 28., csütörtök, 14 óra)

Akkora a veszély a neten, hogy már a titkosszolgálat is figyelmeztetést adott ki

Fontos, hogy a vevők kellő körültekintéssel és óvatossággal járjanak el, hiszen az időszakosan nagy tömegű online vásárlásra buzdító kampányokat az internetes csalók is igyekeznek kihasználni. A kiberbűnözők bevett módszerként adatahalász (phishing) támadást használnak, abból a célból, hogy érzékeny adatokat csaljanak ki a felhasználóktól, vásárlóktól - kezdi tájékoztatását a titkosszolgálatához tartozó hivatal. A leggyakoribb módszerek között említik, hogy emailben, smsben, vagy közösségi média hálózaton keresztül küldött üzenetekben, ritkábban telefonon keresik fel az áldozatokat. Az online vásárlásoknál a támadók pénzszerzésre, valamint a pénzügyi, és/vagy személyes adatok megszerzésére törekednek. Minden esetben kellő elővigyázatossággal kell fogadni az ismeretlen, idegen személyek által kezdeményezett elektronikus kapcsolatfelvételeket. Előzetes vizsgálat nélkül ne kattintsanak az emailben megküldött hivatkozásra, illetve ne az emailben kapott hivatkozást követve jelentkezzenek be a szolgáltatók, webshopok weboldalára, hanem a látható webcímet (URL-t) begépelve látogassák meg a kívánt oldalt - javasolják a kiberbiztonsági szakemberek. Szerintük az is fontos, hogy a beérkezett üzeneteknél ellenőrizzék a feladót, illetve a webáruházat, amelynek szolgáltatásait igénybe kívánják venni. Emellett a csalások úgy kerülhetők el szerintük a legkönnyebben, ha ismert helyekről vásárolnak, utánvétes fizetést választva. Azt is javasolják, hogy a vevők ellenőrizzék más fogyasztók értékeléseit a weboldalakon (valamint megnézni a fogyasztóvédelem oldalát a

gyanús, szabálytalanul működő webshopokról). Ha az utánvét nem megoldható, akkor célszerű egy erre a célra létrehozott virtuális bankkártyáról vagy hitelkártyáról elvégezni. Amennyiben adathalászatra utaló eseményt érzékel, vagy annak áldozatává vált, akkor haladéktalanul értesítse az esetről az érintett szolgáltatót, vagy tegyen feljelentést - kéri az NBSZ NKI a vásárlóktól.

Fontos, hogy a vevők kellő körültekintéssel és óvatossággal járjanak el, hiszen az időszakosan nagy tömegű online vásárlásra buzdító kampányokat az internetes csalók is igyekeznek kihasználni. A kiberbűnözők bevett módszerként adathalász (phishing) támadást használnak, abból a célból, hogy érzékeny adatokat csaltassanak ki a felhasználóktól, vásárlóktól - kezdi tájékoztatását a titkosszolgálatához tartozó hivatal. A leggyakoribb módszerek között említik, hogy emailben, smsben, vagy közösségi média hálózaton keresztül küldött üzenetekben, ritkábban telefonon keresik fel az áldozatokat. Az online vásárlásoknál a támadók pénzszerzésre, valamint a pénzügyi, és/vagy személyes adatok megszerzésére törekednek. Minden esetben kellő elővigyázatossággal kell fogadni az ismeretlen, idegen személyek által kezdeményezett elektronikus kapcsolatfelvételeket. Előzetes vizsgálat nélkül ne kattintsanak az emailben megküldött hivatkozásra, illetve ne az emailben kapott hivatkozást követve jelentkezzenek be a szolgáltatók, webshopok weboldalára, hanem a látható webcímet (URL-t) begépelve látogassák meg a kívánt oldalt - javasolják a kiberbiztonsági szakemberek. Szerintük az is fontos, hogy a beérkezett üzeneteknél ellenőrizzék a feladót, illetve a webáruházat, amelynek szolgáltatásait igénybe kívánják venni. Emellett a csalások úgy kerülhetők el szerintük a legkönnyebben, ha ismert helyekről vásárolnak, utánvétes fizetést választva. Azt is javasolják, hogy a vevők ellenőrizzék más fogyasztók értékeléseit a weboldalakon (valamint megnézni a fogyasztóvédelem oldalát a gyanús, szabálytalanul működő webshopokról). Ha az utánvét nem megoldható, akkor célszerű egy erre a célra létrehozott virtuális bankkártyáról vagy hitelkártyáról elvégezni. Amennyiben adathalászatra utaló eseményt érzékel, vagy annak áldozatává vált, akkor haladéktalanul értesítse az esetről az érintett szolgáltatót, vagy tegyen feljelentést - kéri az NBSZ NKI a vásárlóktól. -

[Eredeti](#)

(napi.hu, 2019. november 28., csütörtök)

A vásároknak jobban figyel a hatóság

HEVES MEGYE Karácsonyra készül már az ország, aminek leglátványosabb jele, hogy már megkezdődött az ajándékok beszerzése. Az üzletekben és a közterületi elárusítóhelyeken ebben az időszakban egyre nagyobbak a tömegek, s egyre több veszély is leselkedik az emberekre. Ezek között a legjellemzőbb, hogy a vevő nem mindig azt a minőségű terméket kapja, amire a pénzéért joggal számít. Azon, hogy e tekintetben minél kevesebb legyen a visszaélés, a fogyasztóvédelmi hatóság őrökdi. Megjelennek a tömegben azonban bűnözők - alkalmi zsebtolvajok, rosszabb esetben rablók - is. Ellenük, például a megyeszékhelyen az Egri Rendőrkapitányság, a polgármesteri hivatal közterület-felügyelete, valamint az Agrár Polgárőrség szövetkezett.

A karácsonyi vásár idején odafigyelnek

Cél, hogy ne sérüljenek a fogyasztók érdekei

A karácsonyi bevásárlások főként a nagyobb városokban teremtenek olyan helyzeteket, amit senki sem kíván. Meglopva, kirabolva, selejtes áruval becsapottan nekivágni az ünnepnek senkinek sem jó érzés. A Hírlap annak járt utána, hogy az illetékesek mit tesznek azért, hogy az adventi időszakban minél kevesebb embernek legyen keserű a szája íze.

HEVES MEGYE Harmadik éve szervezi már közösen az önkormányzat és az Ajándékdoboz Alapítvány az adventi ünnepi rendezvényeket, amelynek szerves része a közterületen történő árusítás is. Sándor Béla főszervező az alapítvány vezetőjeként a Hírlapnak azt mondta, hogy a korábbi években sem voltak atrocitások, az ünnepre készülődés mind a két esztendőben különösebb problémák nélkül zajlott.

- Előre kiépített 14 árusítóhelyünk van a Belváros téren, s azokat adjuk oda az árusoknak egy hónapra. Korábban is voltak ellenőrzések, s eddig minden szabályosan zajlott. Az előkészületek idején kiürítési tervet kellett készítenünk, benne kijelölni a menekülési útvonalakat. Hozzáteszem, nem nagy rendezvényről van szó, alkalmanként háromszáz fő alatti részvétellel terveztünk. A programjainkhoz kapcsolódó árusításkor túlnyomórészt ajándéktárgyakat kínálnak az árusok - mondta a főszervező.

A Heves Megyei Kormányhivatal fogyasztóvédelmi hatósága a Hírlap megkeresésére azt a tájékoztatást adta, hogy a karácsonyi ünnepek előtt is rendszeresek a fogyasztóvédelmi ellenőrzések, kiemelten ellenőrzik a vállalkozásokat, árusokat. A korábbi évekhez hasonlóan az a cél, hogy most se sérüljenek a fogyasztók érdekei, a kereskedők szabályszerűen járjanak el és veszélyes termékek ne kerüljenek a boltok polcaira.

- Heves megyében a célzott ellenőrzések az elmúlt héten kezdődtek és az év végéig tartanak, így a szilveszteri ünnepléshez kapcsolódó termékeket is érintik majd. Az eddig vizsgált árusoknál a szakemberek nem tapasztaltak jogsértést, ami az évente visszatérő ellenőrzéseknek is köszönhető. Az idei vizsgálatok, próbavásárlások során tapasztalt jogsértések nagy része az egységárak kiírásával - hiányzik a darabár mellett az egységár feltüntetése -, valamint a mérlegek hitelesítésével volt kapcsolatos - közölte a fogyasztóvédelmi hatóság.

Tájékoztatásuk szerint, miután az elektronikus kereskedelem forgalma évről évre növekszik, és különösen az ünnepi bevásárlások idején jellemző, hogy valamilyen webáruházból rendelünk terméket, ajándékot, a webáruházak ellenőrzését is folytatják ebben az időszakban.

- Idén is kiemelt figyelmet fordítunk a termékbiztonságra, és helyszíni ellenőrzéseken vizsgáljuk, hogy az üzletekben ne forgalmazzanak a követelményeknek meg nem felelő árut. E tekintetben kockázatosak a fényfüzerek, amelyek közül - országos vizsgálat keretében - megyénkben háromféle termék mintavétele történt meg, vizsgálatuk folyik - áll a hatóság közleményében.

Megtudtuk: a megye területén kétféle, tiltólistán szereplő, veszélyes fényfüzért találtak eddig. Ezekben az esetekben hatósági eljárást indítottak, illetve a polcokról lekerültek a termékek, valamint egy további villamossági készüléket, egy korábban már veszélyesnek minősített kempinglámpát is levettek a polcokról.

Január közepéig fokozottan védik a vásárlókat

Garabás Pétert, az egri önkormányzat közterület-felügyeletének vezetőjét arról kérdeztük, hogy milyen intézkedésekkel védik a vásárlókat a szabályszegések és más atrocitások ellen advent idején. Szavai szerint az Egri Rendőrkapitányság, a polgármesteri hivatal közterület-felügyelete, valamint az Agria Polgárőrség november 25-étől január 13-án éjfélig fokozott közös szolgálatot lát el a megyeszékhely közterületein. - A december 24-ét megelőző három hét szombati és vasárnapi napjain a közterületeken és nyilvános helyeken fokozott ellenőrzések lesznek. Törekszünk a bevásárlóközpontok, piacok, üzletsorok, áruházak, üzemanyagtöltő állomások, vasútállomás, autóbusz-pályaudvar és az ezen időszakban

üzemelő bevásárlóudvarok, piacterek területén a jogsértő cselekmények, így különösen a rablások, alkalmi és zsebtárcsák megelőzésére - mondta a szakember.

Egyre több bódé nyit ki, dübörög a karácsonyi vásár

Gyöngyösön harmadik éve szerveznek adventi vásárt egy alapítvánnyal közösen

Sike Sándor szerkesztoseg@hevesmegyeihirlap.hu

[Eredeti](#)

(Heves megyei Hírlap, 2019. november 29., péntek, 1+2. oldal)

HOGY CSAK A FÉNYEK GYÚLJANAK KI

(2019/12.)

Karácsonykor mindenhol kigyúlnak a fényfüzerek, előkerülnek a karácsonyfaéggök, sok helyen elektromos eszközök, játékok is kerülnek a fa alá. Honnan lehet tudni, hogy ezek biztonságosak, és mire kell figyelni a vásárláskor?

Az ünnepek közeledtével egyre több helyen árulnak fényfüzereket, azok kisebb-nagyobb boltokban, internetes áruházakban egyaránt fellelhetők, kínálják őket utcai, piaci árusok is. Hirtelen ötlettől vezérelve pillanatok alatt be lehet ilyesmit szerezni, de ha ezt kellő körültekintés nélkül tesszük, az áramütés, vagy akár a lakástűz veszélyét is kockáztatjuk. Rossz terméket beszerezni ráadásul könnyebb, mint gondolnánk: a fogyasztóvédelem az ünnepek előtt évről évre vizsgálja ezeket, az eredmények mindig lesújtóak. Tavaly például 53 fényfüzért, világító dísz és kültéri dekorációt vizsgáztattak, és abból 25 megbukott. Három éve 17 termékből 10 nem felelt meg a biztonsági követelményeknek, vagy az áramütés, vagy a lakástűz veszélyét hordozta magában. Ez persze nem jelenti azt, hogy a boltok veszélyes termékekkel lennének tele: az üzletláncokban, szakáruházakban árult füzerek mindegyike rendben volt, a problémásakat piacokon vagy távol-keleti kereskedők által működtetett üzletekben vásárolták. Emiatt fontos, hogy fényfüzért csak megbízható helyről, vagy jól bejárattott internetes áruházból szerezzünk be.

JELEK A PORTÉKÁN

Ahhoz, hogy meggyőződjünk a kiszemelt fényfüzér vagy karácsonyfaéggő biztonságosságáról, meg kell nézni, van-e rajta CE (Conformité Européenne, vagyis európai megfelelőség) jelölés. Ha nincs, megvan az esély arra, hogy a termék minősége nem megfelelő. Ez a jelölés elsődlegesen a hatóságoknak szól, azt mutatja, hogy az adott árucikk megfelel a rá vonatkozó európai követelményeknek, rendelkeznie kell ezzel egybeként a háztartási lámpáknak, az irányított fényű diódás lámpáknak, a mosógépeknek és porszívóknak, a hűtőknek, a tévéknek, a számítógépeknek és a monitoroknak, elektromos játékoknak. Vásárláskor ezeknél is ellenőrizni kell a jelölés meglétét.

Mivel a fényfüzereknél kevésbé vannak olyan ismert márkák, amelyek köztudottan megbízhatóak, azokból a legjobb olyat venni, amelyet biztonságtechnikailag komolyabban bevizsgáltak, kellőképpen ellenőriztek a forgalomba kerülés előtt. Erre utal például a TÜV Rheinland vizsgáló és tanúsító intézet jele. Nem mindegy az sem, hogy a fényfüzért hova vesszük: ha kültérre, akkor a tanúsító jel mellett nézni kell az IP-számot is. Ez az adott termék csepp- és por elleni védelmi besorolását mutatja meg. Kültérre csak olyat szabad venni, amelynél a második számjegy legalább 1-es, tehát nem nulla. Ha az IP-számában 0

található, akkor az mindenképpen beltéri használatra készült, kültérre pedig akkor sem szabad helyezni, ha az amúgy rá van írva.

VEZETÉK ÉS CSATLAKOZÓ

Mivel a csatlakozódugó mérete és minősége, illetve a helytelen szigetelés is problémákhoz vezethet, azt a már meglévő fényfűzéreknél is ellenőrizni kell. A lapos csatlakozódugók például szabványméretűek, minden termékénél közel hasonlóan kell kinézzenek. Ha ez nem adott, az eszköz dugvillája pedig lötyög a csatlakozóaljzatban, akár áramütés is bekövetkezhet. Kisebb dugvillát emiatt akkor sem szabad használni, ha azt házi megoldásokkal sikerül rögzíteni a konnektorba. Kerülni kell az olyan karácsonyfafűzéseket is - a régiék között sok ilyen lehet, de ma is botlani ilyesmibe - amelynek vékony a vezetéke. A kis keresztmetszet miatt a fűzér tűzveszélyes lehet, ilyet nem szerencsés venni. Gyakran előfordul az is, hogy a karácsonyfaágók vezetéke nem ér el egy konnektorig, így hosszabbítót kell használni. Annak kábelét mindig óvatosan kell elhelyezni, ha egy picit is sérült a külső borítása, le kell selejtezni. Az egyik legnagyobb hiba, ha az ilyen vezetéket úgy próbálják meg helyben tartani, hogy ráhúzzák az asztal vagy fotel lábát, mondván, majd az helyben tartja. Ilyenkor a szigetelés könnyen sérül, ami szintén növeli az áramütés veszélyét.

ÉSSZEL SEGÍTENI

Ha minden elővigyázatosság ellenére baj történik, fontos, hogy helyesen járjunk el. Például akármi gyulladjon ki, elengedhetetlen a lakás áramtalanítása, majd a tűzoltók értesítése. Ha elektromos eszköz kap lángra, végképp fontos, hogy a házilag os oltás előtt csapjuk le a villanyórát. Áramütéskor figyelni kell az elsősegélynyújtásra: az érintetthez nem szabad hozzányúlni addig, amíg nem áramtalanítunk, illetve nem találunk olyan jól szigetelt eszközt, amivel biztonságosan el tudjuk távolítani az áramforrástól. Az áramütésnek maradandó következménye nem szokott lenni, leszámítva a súlyos eseteket, ahol vese- és szívproblémák léphetek fel. A kicsiknél a veszély azért nagyobb, mert nekik más a testösszetételük, így sokkal jobban ki vannak téve az áramütés okozta égési sérüléseknek.

HA HAMAR ELROMLIK

Még ha egy adott elektromos termék nem is veszélyes, előfordulhat, hogy az ünnepek után - vagy még az alatt - tönkremegy. Emiatt fontos, hogy a vásárlást igazoló blokkokat, nyugtákat és számlákat az ajándéknak szánt termékeknél is őrizzük meg, reklamálni ugyanis csak azok birtokában lehet. Bizonyos termékekre - például a tartós használatra szánt elektronikai cikkekre - 10 ezer forint fölötti vételárnál egy éves jótállás, plusz egy év szavatosság vonatkozik, míg az annál olcsóbbakra csak két éves szavatossági időszak. Ha ezen időszak alatt a termék gyártási hiba miatt romlik el, a kereskedő köteles ingyenesen javíttatni, cserélni, vagy ha erre nincs lehetőség, árleszállítást adni, vagy vételárat visszafizetni. A jótállás ennél többet jelent: ha ott egy éven belül hiba lép fel, a kereskedőnek kell bizonyítani, hogy az nem gyártási eredetű. Ezenfelül, ha a vevő a vásárlástól számított 3 munkanapon belül jelzi a meghibásodást, a kereskedőnek ellenszolgáltatás nélkül ki kell cserélni az eszközt. Emiatt fontos, hogy ha valami a karácsonyfa alól kikerülve nem indul be, azt az ünnepek után hamar közöljük az üzlettel.

SZÖVEG -- SZABÓ EMESE

[Eredeti](#)

(Képmás, 2019. november 29., péntek, 64+65. oldal)

Kapszulás kávékat ellenőriztek

Néhány tasakon Arabicát jelöltek, de más fajta volt benne

TERMÉKTESZT Espresso típusú kapszulás kávékat vizsgált legújabb Szupermenta tesztjében a Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal (Nébih). A vizsgált 24 mintából hatnál indult hatósági eljárás, amelyből háromnál megtévesztő jelölés miatt 440 ezer forintos bírságot is kiszabtak a hivatal felügyelői.

Ugyanakkor kiemelték, a komplex ellenőrzés megállapította, hogy a kapszulás kávék biztonságosan fogyaszthatók. A tesztben 16 koffeintartalmú és 8 koffeinmentes kapszulás kávé ellenőriztek. A kapszulákban található kávéfajták vizsgálatánál kiderült, hogy két terméknél nem egyezett a kapott laboratóriumi eredmény és a csomagoláson jelölt kávéfajta. Az egyik kávé jelölése szerint a termék csak arabica kávé tartalmaz, az analízis azonban 86 százalékban arabica és 14 százalékos arányban robusta fajtát is kimutatott. A másik érintett termék jelölésén arabica és robusta szerepelt, miközben a termék 100 százalékban robusta kávé tartalmazott. Egy termék jelölésén feltűntették, hogy a koffeinmentes kávé mindenfajta kémiai adalék hozzáadása nélkül állították elő, miközben a vizsgálatok kimutatták, hogy a koffeinmentesítés etil-acetát oldószerrel történt.

A hatósági laboratóriumi vizsgálatok eredményeként a fogyasztót megtévesztő súlyosabb jelölési hibák miatt a rangsorból végül kizártak három kapszulás kávé. A Szupermenta termékteszt kedveltségi vizsgálatán a koffeintartalmú kapszulás kávék közül a Nespresso Espresso Livanto végzett az első helyen. A koffeinmentes kapszulás kávéknál pedig az Amaroy Bar Italia Decaffeinatót értékelték a legjobbnak.

Töretlenül népszerű

MW

[Eredeti](#)

(Békés Megyei Hírlap, 2019. november 29., péntek, 7. oldal)

Kinek nagy üzlet a fekete péntek?

Összességében milliárdokkal adunk ki többet az extra kedvezményeket ígérő napokon

FMH-INFORMÁCIÓ Találó elnevezés a fekete péntek arra a napra, amelyen világszerte emberek százmilliói veszítik el méltóságukat a remélt árelőnyért cserébe - mondják egyesek.

Sőt, az már a jobbik eset, ha csupán a méltóságukat. Ugyanis a "black friday" elnevezés, amely először 1961-ben, a philadelphiai rendőrség szóhasználatában jelent meg, eredetileg a vásárlók rohamával összefüggő közlekedési balesetek és erőszakos cselekmények kiugróan magas számára utalt. Ám a hálaadás utáni első péntek, a Black Friday a tengerentúlon, mint a karácsonyi nagybevásárlások hagyományosan első napja, sok évtized alatt pozitív branddé alakult. Mire hozzánk a fekete péntek a 2010-es évek elejére megérkezett, jelentése már egyértelműen a hihetetlenül olcsón megszerezhető minőségi termékek vonzó képzetével forrott össze. Azonban tudjuk, az "olcsón jól" ígérete kezdettől a megtévesztők csalija is. Írásunkban a Gazdaságkutató Zrt. (GKI), a Gazdasági Versenyhivatal (GVH) és a Fejér Megyei Kormányhivatal fogyasztóvédőinek (FMKH) tanácsai alapján foglaltunk meg

néhány szempontot a lehetséges rengetegből, hogy mire érdemes ügyelni az előttünk álló hétvégén.

Megtévesztő eljárás, ha az ígért kedvezmény csak látszólagos

Kedvezmény nélkül bizony nem fekete

Hogy a kereskedők vagy a vásárlók akarják-e jobban az őrült akciók napját, az nem eldöntött. Mindenesetre beszédes tény, amit a GKI friss jelentése is megerősít, hogy idénre a kereskedők többsége egész hétvégésre bővítette a fekete péntekhez kapcsolódó kedvezmények érvényességét. Sőt, egyesek már november eleje óta fekete péntek szezonról beszélnek, a hónap során pedig több webáruház is tartott "első" fekete pénteket - mintha több is volna belőle. A GVH állásfoglalása szerint kedvezményességet sugallni tényleges kedvezmények nélkül megtévesztés. Így, figyelembe véve, hogy a fekete péntek és a kedvezményesség a közfelfogásban mára rokonértelmű fogalmakká váltak, megtévesztő lehet a fekete péntek elnevezés alkalmazása olyan napokra, amelyeken az árak ténylegesen nem kedvezményesek.

Mit iszik a tehén?

Ismerős a régi beugratás: ha valakivel tízszer elmondjuk azt a szót, hogy "fehér", majd megkérdezzük tőle: "mit iszik a tehén?", nagy valószínűséggel azt mondja: tejet. Mára kiforrott marketingtechnikák állnak rendelkezésre ahhoz, hogy a vásárlás pillanatára a fogyasztó kellően előkészített legyen olyan vásárlói döntések meghozatalára, amelytől előhangolás nélkül jó eséllyel elzárkózott volna. Nem árt tehát észben tartani: a megtévesztés és a megtévedés közötti átmenet finom, nem hibáztathatunk mindenért másokat. Jobb észnél lenni, már a vásárlást megelőzően konkrétan meghatározva, mire van szükségünk. Egyébiránt könnyen behúzhat a karácsonyi vásárlási láz, amely olyannyira általános, hogy a statisztikák tanúsága szerint ilyenkor még egy átlagos akkumulátor-szaküzlet forgalma is megdöbbenő. Pedig viszonylag kevesen indulnak el reggel azzal a vággyal, hogy másfél voltos rúdakkut vásároljanak.

De annyira olcsó volt!

Utólag fölöslegesnek ítélt vásárlás esetében is vigaszt nyújthat a tudat: legalább árelőnyre tettünk szert. Jobb azonban ezt is előre ellenőrizni. A GVH és az FMKH egybehangzó állásfoglalása szerint is megtévesztő ugyanis, ha az ígért kedvezmény csak látszólagos. A kezünk ügyében lévő okos eszközön pár pillanat alatt ellenőrizhetjük, hogy az adott ár az összehasonlító oldalak adataival összevetve is kedvezményesnek tűnik-e. Ha az derül ki: az áreszállítás csak az adott üzlet saját korábbi áraihoz képest eredményezett alacsonyabb árat, álljunk odább, vásároljunk másutt. Ha azonban az derül ki: még azokhoz képest sem igazán kedvezményes, bejelentést tehetünk a fogyasztóvédőknél, hiszen a vásárlók megtévesztését az adott kereskedő jó eséllyel megvalósította.

Váratlan többletköltségek

Előfordulhat olyan is, hogy a termék valóban kedvezőbb áron elérhető, azonban lopakodó járulékos költségek veszik körül. Például a neten rendelt, korábban csomagküldési díj nélkül postázott holminak hirtelen kiszállítási díja "keletkezik". Ezzel kapcsolatban a GVH lapunknak úgy foglalt állást, hogy "amennyiben a fogyasztó számára - a megjelenés egyedi körülményeit tekintve - időszerűen és egyértelműen kiderül a szállítási díj ténye és mértéke, az ilyen gyakorlat fogyasztóvédelmi szempontból nem kifogásolható." Kifejezetten megnyugtató, hogy ugyanezen kérdéssel kapcsolatban az FMKH így nyilatkozott: "A hatóság nem tapasztalta azt a gyakorlatot, hogy a korábban ingyenes kiszállítás az akció idejére fizetössé válik."

Vásároljunk tudatosan a mai fekete pénteken: hasonlítsuk össze az árakat!

ZOLL

(Fejér Megyei Hírlap, 2019. november 29., péntek, 12. oldal)

BŐVÜLŐ NETES KÖLTÉSEK

Az online térben is fokozza a fogyasztóvédelmi jelenlétet az innovációs tárca, nyilatkozta lapunknak Cseresnyés Péter államtitkár

Csúcsidőszak az online piacon

A karácsonyt megelőző kiskereskedelmi főszezonban az internetes vásárlásoknál is fokozza fogyasztóvédelmi jelenlétét az Innovációs és Technológiai Minisztérium

Egyre többen választják a könnyebb, ám cseppet sem veszélytelen internetes vásárlást. Különösen a karácsony közeledtével érdemes résen lenni, és alaposan tájékozódni, mielőtt a "fizetés" gombra kattintanánk. A webáruházakról és az online piacról Cseresnyés Péterrel, az Innovációs és Technológiai Minisztérium (ITM) államtitkárával beszélgettünk.

- Milyen szerepet töltenek be a webáruházak a hazai kiskereskedelemben?

- A kiskereskedelmi forgalom már több mint hat éve töretlenül nő, ami azt mutatja, hogy a magyar családok a bővülő foglalkoztatásnak, a béremeléseknek és adócsökkentéseknek köszönhetően egyre több pénzből gazdálkodhatnak. A bővülést 2013-2014 óta a tartós fogyasztási cikkek iránti kereslet élénkülése alapozza meg, a háztartások jól láthatóan a korábban elhalasztott vásárlásaikat pótolják. Fogyasztási célú kiadásaik tavaly elérték a húszszermilliárd forintot, ennek több mint felét adja a kiskereskedelem tizenegyezermilliárdot meghaladó forgalma. A webáruházak e teljesítményből hat-hét százalékkal részesülnek, az emberek zömében nagyobb értékű műszaki cikkeket - televíziót, okostelefont, háztartási gépeket - rendelnek az interneten. Az online értékesítési csatornákon a tavalyi ötszázharmincmilliárd forintos forgalmat a várakozások szerint harmadával felülmúlva idén mintegy hétszázmilliárd forint mozoghat eladók és vevők között. A különböző akciók és a közelgő ünnepek miatt az év végén a webáruházak forgalma is felpörög. A Black Friday eredetileg november 29-re esik, de mindannyian tapasztalhatjuk, hogy számos netes kereskedő már több hete hirdet fekete pénteki kedvezményeket. A kutatások szerint az akciós lehetőséggel tavaly kétmillió vásárló élt, mintegy hetvennyolcmilliárd forintot költve. Elmondható az is, hogy 2017 óta kétezerháromszáz webáruházat ellenőriztünk, a november-decemberi kiskereskedelmi főszezonban pedig az ITM fokozza a fogyasztóvédelmi jelenlétét az online térben is.

- Hogyan lehet ellenőrizni, hogy a webáruházak jogkövetően működnek-e?

- Két fő csapásirányban: a kollégák egyrészt azt nézik meg, hogy a webáruházak eleget tesznek-e előírt tájékoztatási kötelezettségeiknek. Szívós aprómunkával ellenőrzik, hogy a vásárlók megfelelő információkhoz juthatnak-e a honlapokon a szállítási, fizetési, elállási feltételekről, a vitarendezési lehetőségekről. Fokozott óvatossággal érdemes eljárniuk a fogyasztóknak az olyan oldalak esetében, amelyeken nem található konkrét információ az eladóról, nincs feltüntetve közvetlen kapcsolat. Alapos gyanúra ad okot az eladó megítélésének szándékával kapcsolatban, ha csak egy űrlapon lehet kommunikálni vele, a vállalkozásnak nincs fizikai címe, e-mailes elérhetősége, telefonszáma. A másik módszer a próbavásárlás, amellyel elsősorban azt vizsgáljuk, hogy a gyakran jelentős árengedménnyel kínált termék egyáltalán elérhető-e, a kereskedő betartja-e az elállással összefüggő szabályokat. A rendszeres, célzott ellenőrzéseknek köszönhetően a hazai online piacon nem

jellemzők a kirívó jogsértések. Az online vásárlások előtti tudatos vásárlói döntést az ITM online adatbázisa is segíti (Jogsertowebaruhazak.kormany.hu). A mintegy hatszáz, jogsértést elkövető webáruház több mint háromnegyede már teljesítette a határozatban foglaltakat, jogkövetően működik. Az ellenőrzések, próbavásárlások tehát hathatósan szolgálják az alapvető célt, a jogsértések megelőzését, a fogyasztók mellett a tisztességes vállalkozások védelmét.

- Milyen feltételeknek kell megfelelnie egy online áruháznak?

- Az e-kereskedelemhez fűződő legalapvetőbb fogyasztói jog az elállási jog. Ha bármilyen okból nincs szükségünk a megrendelt termékre, akkor azt az átvételtől számított tizennégy napon belül indokolás nélkül visszaküldhetjük a kereskedőnek. Az elállási jog a vásárlót a megrendelés és kiszállítás közötti időszakban is megilleti. Elálláskor a termék ára mellett a kiszállítás díját is vissza kell kapnia a fogyasztónak, a fizetéssel azonos módon, a termék visszaérkezését követő tizennégy napon belül. A kereskedő az elállási jogot nem kötheti többletfeltételhez, mint például a bontatlan csomagolás, számla megléte. Az elállási jog azonban nem korlátlan, például CD- re, DVD-re, egyedileg készített termékekre nem vonatkozik.

- Kihez fordulhatnak, akiket webes vásárlás során vernek át?

- Ha magyar vállalkozással merül fel probléma, és azt nem sikerül közvetlenül a céggel rendezni, a fogyasztóvédelmi hatósághoz, a békéltető testületekhez érdemes fordulni. A Black Friday kapcsán és az adventi időszakban megszorodnak azok a honlapok, amelyek jellemzően egyszerű felépítésűek, nagyon kedvezőnek tűnő ajánlatokkal kecsegtetnek, ám teljesítés helyett becsapják a vásárlókat. Az eladó adatainak közlése azért is fontos lenne, mert a magyar nyelvű honlap vagy a .hu végződés nem jelenti egyértelműen azt, hogy hazai webáruházból vásárolunk. Ha a körültekintő vásárlás ellenére mégis probléma merül fel egy külföldi székhelyű vállalkozással, az ITM-en belül működő Európai Fogyasztói Központot érdemes megkeresni. A fogyasztók határon átnyúló panaszaiak eredményes kezelése nyomán több mint tízmillió forintot kaptak vissza a központ segítségével.

- Vásárlóként mire kell kiemelten figyelni, hogy ne váljunk áldozatokká

- A november-decemberi, akciókkal teli időszakban a vásárlás előtt célszerű meggyőződnünk arról, hogy a kereskedő által kínált kuponok, utalványok, leértékelések valóban érdemi kedvezményt tartalmaznak-e, és arról is, hogy az üzlet vagy webáruház teljes árukészletére vagy csak meghatározott termékekre, termékkörökre érvényesek. Az ITM a fogyasztók tudatos magatartását e-kereskedelmi fogyasztóvédelmi kisokos összeállításával is támogatja, amelyet a kormányzati honlapon tettünk elérhetővé. A tájékoztató nyolc pontban foglalja össze az internetes vásárlással kapcsolatos legfontosabb tudnivalókat, kitér a termékek, szolgáltatások kiválasztásával, a vásárlás előtti tájékozódással, a szállítási feltételek ellenőrzésével, a fizetési feltételek kiválasztásával, az adásvétel létrejöttével, a termék átvételével és esetleges visszaküldésével kapcsolatos tudnivalókra, valamint arra is, hogy hová lehet fordulni panasz esetén. A minisztérium célja a kiskereskedelmi főszezonban is az, hogy aktív fogyasztóvédelmi jelenléttel, rendszeres ellenőrzésekkel, próbavásárlásokkal járuljon hozzá a magyar családok nyugodt ünnepi felkészüléséhez.

Cseresnyés Péter: Az e-kereskedelemben a legalapvetőbb fogyasztói jog az elállási jog
Domján Vivien

[Eredeti](#)

(Magyar Hírlap, 2019. november 29., péntek, 1+9. oldal)

Perek sokasága jöhet Pintér Sándor bejelentése után

Hasraütésszerűen, jogszabályi háttér nélkül nevezhette segédmotoros kerékpárnak az elektromos közösségi rollereket a belügyminiszter. Jogszabályváltozásról sem az érintettek, sem pedig a közlekedési szakértők nem tudnak, így akár bírósági eljárások tucatjai is indulhatnak, ha a rendőrök betartják Pintér Sándor rendelkezését – értesült a hvg.hu.

Az, hogy az elektromos rollerek segédmotoros kerékpárnak számítanak, Pintér Sándor belügyminiszter múlt heti parlamenti válaszában szerepelt, amelyben arra is utalt, hogy a rendőrök szabálytalanság esetén ennek megfelelően fogják bírságotolni a kétkerekű járművek felhasználóit.

Amikor azonban a rendelkezés jogalapjáról érdeklődtünk a minisztériumnál, a tárca sajtóosztálya az Országos Rendőr-főkapitánysághoz irányított minket, mondván a KRESZ módosítása az ő feladatkörük. Azaz a belügyi tárca lényegében elismerte, hogy a közlekedési szabályokon kellene változtatni ahhoz, hogy a kétkerekű e-járművek valóban segédmotoros kerékpárnak számítsanak.

Kérdésünket ezért elküldtük a rendőrségnek is, ahonnan érdekes választ kaptunk. Mint írták: "Külön, eltérő rendelkezés hiányában az elektromos rollert a hatályos szabályozás alapján segédmotoros kerékpárnak lehet megfeleltetni."

A probléma itt éppen a rendelkezés hiányával van, hiszen jelenleg sem a KRESZ-ben, sem más jogszabályban sincs semmilyen említés a rollerekre vonatkozóan.

„Pintér Sándor írásbeli válaszából számomra az derül ki, hogy az elektromos eszközöknek a segédmotorok alá besorolása nem több pusztán jogértelmezésnél. Ez lehet alapja például egy jogszabály módosításnak, esetleg érdemi vita tárgyát is képezheti a jogalkotási folyamat során, de semmiképp sem minősül általános jelleggel jogforrásnak” – mondta a hvg.hu-nak Heinrich Renáta a D.A.S. Jogvédelmi Biztosító Zrt. kamarai jogi előadója.

A szakértő egyébként úgy tudja, hogy az erre vonatkozó KRESZ-módosítás szövege már elkészült, de elfogadása még nem történt meg.

Heinrich Renáta arra is emlékeztetett, hogy a KRESZ lényegében egy együttesen kiadott miniszteri rendelet, így módosítani is legalább rendelettel vagy magasabb szintű jogszabállyal lehetne.

A jelenlegi rendezetlen helyzetben viszont erősen kérdéses, milyen jogi alapja lenne a belügyminiszter által említett bírságoknak, hiszen

egy miniszteri rendelkezés önmagában még nem elég ahhoz, hogy a rendőrök büntessenek.

„Ha a rendőr megbünteti valakit elektromos rolleren és ezt segédmotoros kerékpároknak vonatkozó előírások megszegése miatt teszi, vitatott esetben érdemes bírósághoz fordulni, hogy döntsenek ők az ügyben” – mondta a hvg.hu-nak Pető Attila közlekedési szakértő.

Sok hasonló esetben akár jogalkotói hatása is lehetne, hiszen előbb-utóbb a jogszabályok szintjén is kezdeni kellene valamit az elektromos rollerekkel, melyekből egyre több fut a hazai utakon, azaz egyelőre inkább a járdán.

Szakértők szerint nem kizárt, hogy ilyen esetekben a rollereknek adnának igazat a bíróságok, hiszen a már említett helyzet miatt a jogalkalmazó szervek, hatóságok, bíróságok nem kötelesek elfogadni a belügyminiszteri álláspontot. Jelenleg egyelőre az a vélemény tekinthető még uralkodónak, hogy az ilyen eszközöket használók inkább gyalogosnak minősülnek – vélte a D.A.S. jogásza.

Amíg viszont nincs egységes jogszabályalkotás, nem lesz egységes jogértelmezés sem. Így tehát könnyen lehet, hogy egyik eljáró szerv másként értelmezi az adott kérdést, mint a másik, azaz a belügyminiszter egy lehetséges értelmezést vázolt fel, melyet például az

érintettek (így a szervezeti rendszerbe tartozó egységek) szélesebb körben elfogadnak – tette hozzá.

A Lime szerint nem jellemző

Nem tud a járműveiket érintő jogszabályi változásokról a közösségi rollerkölcsönzést Budapesten meghonosító Lime sem. Mint a hvg.hu-nak elküldött válaszaikban írták, az e-roller kategória európai szinten szabályozott és egyetlen uniós tagországban, így Magyarországon sem azonos a motorkerékpár kategóriával. „Éppen ezért minden országban, ahol szolgáltatásunk jelen van, betartjuk a helyi működési szabályokat és előírásokat, együttműködünk a helyi hatóságokkal, önkormányzatokkal” – tették hozzá.

Pintér Sándor kijelentésének az is ellentmond, hogy a Lime tapasztalatai szerint a felhasználók problémamentesen tudják igénybe venni szolgáltatásukat, azt mondják, nem érkezett hozzájuk számottevő, ilyen jellegű bejelentés.

A cég elárulta, hogy az elmúlt pár hónapban „igen kedvező egyeztetéseket” folytattak Budapest önkormányzatával és a hatóságokkal is, amit a továbbiakban is folytatni fognak. Ők továbbra is abban bíznak, hogy világos párbeszéddel és közös erővel fenntartható és hosszú távú megoldásokat tudnak kialakítani.

A hvg.hu a Városházához közel álló forrásoktól is úgy értesült, hogy zajlottak már egyeztetések a fővárosi önkormányzat és a szolgáltató között, hamarosan pedig a Karácsony Gergely vezette Fővárosi Közgyűlés is foglalkozni fog a kérdéssel. Gözerővel dolgoznak a probléma megoldásán Erzsébetvárosban is – mondta lapunknak Niedermüller Péter, a VII. kerület polgármestere.

Lehetetlen feltételek

Egy dolog biztos: a Pintér Sándor-féle besorolás drákói szigorot hozna magával. Ha ugyanis járműnek minősül a roller, onnantól kezdve egészen konkrét szabályok vonatkoznának rá. Ezek közé tartozik, hogy

jogosítvánnyal lehet csak vezetni,

bukósisak kell hozzá,

lámpa kell rá,

típusbizonyítvánnyal kell rendelkeznie,

sőt, egy uniós jogszabály szerint ülésnek is kell lennie egy segédmotoros kerékpáron.

Könnyű kitalálni, hogy

a jelenleg forgalomban lévő, kölcsönözhető elektromos rollerek esetében ezeket a feltételeket lehetetlen teljesíteni.

Ennél is fontosabb, hogy a közlekedésben többé nem lesz helye a járdán, gyalogosok között. Használói ehelyett csak útesten, buszsávban vagy a kijelölt kerékpársávon közlekedhetnének. „Érdemes elgondolkodni, mennyire életszerű ezeket a járműveket mondjuk a Rákóczi út csúcsforgalmába beterelni” – mondja Pető Attila.

A szabályokat böngészve az is kiderül, hogy segédmotoros kerékpárral már megállni sem lehet akárhol, akár 50 ezer forintos bírságot is kockáztatunk, ha egy zebránál, vagy annak közelében tesszük le. Ugyancsak tilos ketten utazni rajta, ami egyébként teljesen szabálytalan robogón is. Felmerül a kötelező felelősségbiztosítás kérdése is, mert a segédmotoros járművekre már kellene, más kérdés, hogy a közel 600 ezer jelenleg is forgalomban lévő jármű alig ötödének van kötelező felelősségbiztosítása ma Magyarországon.

A magyar szabályozás valódi nehézsége, hogy lefelé nem, csak felfelé határozza meg, mi számít segédmotoros kerékpárnak. Vagyis azt mondja ki, hogy egy jármű milyen teljesítményig tekinthető annak, azon felül pedig már motorkerékpárnak.

A bicikli például olyan, legalább kétkerekű jármű, amelyet emberi erő hajt. A kerékpárt azonban motor is hajthatja, és ha annak teljesítménye kisebb, mint 300 watt, akkor attól az még kerékpárnak minősül. Az e fölötti, de 4 ezer watt alatti teljesítményű járgányokat nevezik segédmotoros kerékpárnak – a köznyelvben robogónak. Hasonló logika mentén tehát

akár a 300 watt alatti teljesítményű e-rollerekre is rá lehetne húzni, hogy azok még kerékpárnak minősülnek.

A jogalkotónak tehát kezdeni kellene valamit ezekkel az új eszközökkel, meg kellene határozni, hogyan kell és lehet velük közlekedni, illetve mivel kell őket felszerelni. Ez nem könnyű feladat, de egyre elkerülhetetlenebb. Pár éve létezett egy KRESZ-módosítási javaslat, amiben szerepelt a „járműszerű eszköz” kategóriája, de a módosításból végül nem lett semmi.

Nincs egységes szabályozás

Jelenleg több budapesti kerületben sem látják szívesen a villanyrollereket, Belváros-Lipótváros önkormányzata a nyáron hozott rendeletet, ami alapján közterületi értékesítésnek minősül, ha valaki az V. kerületben veszi fel az utcán a kétkerekűt. Válaszul a Lime rollermegosztó cég ki is vonult a belvárosból. Hasonló a helyzet a Margitszigeten is, a Kossuth térről pedig szintén trükkös módon tiltották ki a rollereket: ott a nemzeti emlékhely használatának rendjéről szóló rendeletet módosította a kormány. A Budai Várban csak tolva vagy kézben szállítva lehet átmenni velük.

Európa legtöbb nagyvárosában már letiltották az e-rollereket a járdákról, vagy küszöbön áll ennek meglépése. Németországban a törvényhozás előtt van az „elektromos kisjárművek” szabályozása. Ez korlátozza az eszközök sebességét, és ennek alapján kategorizálja is azokat. Franciaországban pedig akár 135 euró bírsággal is sújtható, aki elektromos rollert használ a járdán. Az új generációs eszközöket szeptember óta csak bicikliúton vagy autóúton lehet majd használni, „a gyalogosoknak végre nem kell a házfalakra tapadva közlekedniük” – mondta a francia közlekedési miniszter, aki szerint ezek a járművek túlzottan veszélyeztetik a járókelőket, különös tekintettel a gyerekekre és idősekre.

A Lime szerint ezeket a jogszabályokat minden esetben betartják, sőt a felhasználóik figyelmét is felhívják a biztonságos közlekedésre, valamint a gyalogosforgalmat nem zavaró parkolásra. A rollerezőket minden utazás megkezdése előtt figyelmeztetik arra, hogy csak a kijelölt területeken használhatják az e-rollereket, parkoljanak helyesen (ezért szükséges fénykép feltöltése az applikációban a parkolást követően), és biztonságuk érdekében viseljenek bukósisakot. A tudnivalókról, feltételekről és a rollerek megfelelő használatáról a mobilapplikáción keresztül, e-mailben és hírlevélben is tájékoztatnak.

(HVG 2019. november 29., péntek)

Nemzeti adatbázis segít alkalmazkodni a klímaváltozáshoz

Új éghajlati sérülékenység-vizsgálatok, illetve a helyi és az országos klímapolitikai tervezést segítő eszközök születtek a Nemzeti Alkalmazkodási Térinformatikai Rendszer (NATÉR) projekt továbbfejlesztésében – közölte a Magyar Bányászati és Földtani Szolgálat (MBFSZ). A program 2016-ban indult a Környezeti és Energiahatékonysági Operatív Programban (KEHOP). A NATÉR alpinfrastruktúráját 2013 és 2016 között építette fel az MBFSZ jogelődje, a Magyar Földtani és Geofizikai Intézet. Később a rendszer fejlesztése vált szükségessé, amelyet mostanra végeztek el a kihasználhatóság javításáért.

Cél volt a NATÉR kialakítása során folytatott kutatások mélységének és az érintett ágazatok körének bővítése, valamint a klimatológiai adatbázis megújítása és területi kiterjesztése. Szem előtt tartották azt is, hogy olyan eszköztárat hozzanak létre, amely segíti az éghajlatváltozás hatásaihoz való alkalmazkodást érintő döntésekben az önkormányzatokat úgy, mint a kormányt.

A projekt keretében számos, az éghajlatváltozás által érintett tématerületen születtek új tudományos eredmények. Vizsgálták többek között a klímaváltozás hatásait a sekély felszín alatti vizekre, illetve a víziközmű szolgáltatások éghajlati sebezhetőségét. Új témaként jelent meg a földtani veszélyforrások éghajlatvédelmi szempontú értékelése, valamint az épített környezet, amelyen belül az épületállomány sérülékenysége és a belterületi vízrendezés lehetőségei kerültek fókuszba. Szintén új elemként szerepelt a NATÉR továbbfejlesztésében a kritikus infrastruktúra egyes elemei és a turizmus éghajlati szempontú értékelése. Az éghajlatváltozás hatásait vizsgáló agrártudományi és társadalomtudományi kutatások is készültek.

A tudományos eredmények mellett kiemelt szerepet kapott, hogy a NATÉR-ben szereplő adatokat a felhasználók – kifejezetten az önkormányzatok, helyi döntéshozók – számára könnyebben elérhetővé tegyék, felhasználhatóságukat javítsák.

(Magyar Nemzet 2019. november 29., péntek)

Miért költünk annyi pénzt fölösleges dolgokra?

Black Friday, karácsony, szilveszter. Az évnek ebben a szakaszában mindenki többet költ, mint amennyit eredetileg tervezett. Könnyen előfordulhat, hogy beleeshetünk a túlfogyasztás csapdájába, és jóval többet veszünk valamiből, mint amennyire szükségünk van. Az is előfordulhat, hogy az impulzusvásárlási kényszert akarjuk csillapítani azzal, hogy olyasmire adunk ki pénzt, amit nem is akartunk megvenni, de a pillanat hevében jó ötletnek tűnt.

Bár pénzügyi szempontból ez meggondolatlanság, a szégyenérzetet valamelyest enyhítheti, hogy ezek – az OTP Bank megbízásából a magyar internetező felnőttek körében készített felmérés alapján – egyáltalán nem elszigetelt esetek: a felnőtt hazai internetezők 42 százaléka szokott belecsúszni a túlköltekezésbe. És nem csak az ünnepi szezonban. A helyzetet tovább rontja, hogy az így megvásárolt termékek gyakran a szekrény mélyén végzik. Ugyan kinek ne lenne otthon fölösleges joghurtkészítő gépe, vagy olyan ruhája, amit soha nem hordott?

Talán enyhítené a bűntudatot, ha a szekrény mélyén porosodó termékeket el tudnánk adni, vagy másra cserélhetnénk, de már említett felmérés szerint ezzel inkább csak a fiatalok bajlódnak: a többség (különösen a nők és a diplomások) inkább elajándékozzák vagy eladományozzák a fölösleget. Megoldást jelentene, ha a fölösleges terméket a vásárlás helyére vinnénk vissza, de erre igen kevesen hajlandók – nagyjából ugyanannyian, mint akik egyszerűen kidobják azokat.

Hogy megértsük, miért cselekszünk meggondolatlanul, nem árt megértenünk az impulzusvásárlást ösztönző pszichológiai jelenségeket. Ha megismerjük ezeket, könnyebben ellenállhatunk a pillanatnyi csábításnak, tudatosabb pénzügyi döntéseket hozhatunk, és legközelebb már a fejünkhöz kapunk, nem a pénztárcánkhoz, ha látunk egy újabb kihagyhatatlannak tűnő ajánlatot.

1) Az impulzusvásárlókat általában foglalkoztatja a társadalmi státuszuk és a róluk kialakított kép, ezért hajlamosabbak rá, hogy olyan dolgokat vásároljanak, amiket nem is annyira saját maguk miatt vesznek meg, hanem azért, hogy mások szemében jobbnak tűnjenek.

2) Az impulzusvásárlók gyakran hajlamosabbak a szorongásra, és nehezükre esik kontrollálni az érzelmeiket. Emiatt az ösztönszerű költekezés vágyát is nehezebben tudják elfojtani.

3) Az impulzusvásárlók ritkábban érzik boldognak magukat, mint mások, így vásárlással próbálják jobb kedvre deríteni magukat.

4) Az impulzusvásárlók többnyire nem mérik fel a költsékezés következményeit, egyszerűen csak vágyat éreznek rá, hogy birtokoljanak valamit.

Akik szórakozásból vásárolnak, hajlamosabbak rá, hogy több pénzt költsenek a tervezettnél. Mindannyiunkban megvan a késztetés arra, hogy kellemes élményeket éljünk át, és kétségkívül jó érzés beszabadulni egy bevásárlóközpontba, és elképzelni, hogy milyen lenne ezt vagy azt a tárgyat birtokolni. Az angol nyelvű szakirodalomban ezt a beleélést „vicarious ownership” néven jegyzik, és ez az érzés fontos motivátora az impulzusvásárlásoknak. Ha beleszeretünk egy-egy termékbe, rögtön álmódolni kezdünk róla: elképzeljük vele az életünket, és máris úgy gondolunk rá, mint a sajátunkra. Emiatt viszont sokkal nehezebben hagyjuk ott az üzletben. Ez a kapcsolat többféle módon is kialakulhat:

1) Fizikai kapcsolat: amikor a termék ott van előttünk, és meg is foghatjuk.

2) Időbeli kapcsolat: amikor a terméket azonnal meg is vásárolhatjuk.

3) Szociális kapcsolat: ha látjuk, hogy a terméket valaki más is megvette, és azonosulunk az illetővel.

Ültessük át mindezt a gyakorlatba. Az impulzusvásárló boldogtalannak érzi magát. Elindul, hogy vásárlással jutalmazza meg magát, és ezzel enyhítse az érzést. Odaér az üzletbe, és máris megpillant valamit, amit érdekesnek talál. Megnézegeti, elgondolkozik rajta – talán az is eszébe jut, hogy egy ismerősének vagy barátjának már van ilyenje. Picit gondolkozik rajta, és hopp, már bele is szeretett; betette a kosarába, kifizette, és viszi haza, anélkül, hogy belegondolt volna, hogy mi szüksége van rá, vagy hogy mekkora léket vág ez a kiadás a költségvetésbe.

Később persze kiderül, hogy az egész fölösleges volt, és az instant örömforrás tartós büntudattá alakul át – vagyis egy rossz érzéssé, amit az impulzusvásárló épp a vásárlással próbált meg elkerülni. Mert minél gyakrabban próbáljuk az örömforrást impulzusvásárlásokkal biztosítani, annál könnyebben halmozunk föl teljesen fölösleges tárgyakat, és az ebből fakadó öröm is hamar elillan. A tátongó lyuk nemcsak a lelkünkben hagy nyomot, hanem a bankszámlánkon is.

A Wiener in New York

A kiskereskedők ezeket a mechanizmusokat jól ismerik, és az ügyesen célzott akciókkal, illetve az üzletek kialakításával rá is játszanak erre. Már a stratégiai pontokon elhelyezett színes cukorkák és az árleszállítással hívogató plakátok is veszélyt jelentenek a pénztárcánkra, de a bevásárlóközpontok alaprajza is nagy kockázatot jelent. Ez utóbbit nevezi a szakma Gruen-hatásnak. A név az építész Victor Gruentől ered, aki a múlt század elején született Bécsben, és miután az Egyesült Államokba költözött, szerette volna meghonosítani a bécsi korzók és kávéházak hangulatos közösségi tereit. Ennek eredménye lett a bevásárlóközpont, az impulzusvásárlás Mekkája.

Amikor a minnesotai Edinában az 1950-es évek elején megépült az első, Gruen által tervezett bevásárlóközpont, még nem volt kimondott cél, hogy a vásárlók minél többet költsenek. De azt Gruen is elismerte, hogy a bevásárlóközpontok (ahogy itthon ismerjük őket: a plázák) sosem váltották be azt a vágyát, hogy ezeken a helyeken közösségi terek alakuljanak ki. A viszonteladók viszont észrevették, hogy a vásárlók ezeken a helyeken sokkal több pénzt költenek – akár akarják, akár nem.

Noha Gruen később kiátkozta a bevásárlóközpontokat tervező építészeket – akikről úgy tartotta, hogy kifacsarták az ötleteit –, belátta, hogy ha a vásárlók érzékszerveit csábító színekkel, fényekkel és mintákkal bombázzák, megváltozik a gondolkodásuk. Megfelelnek az előre összeállított bevásárlólistáról, és tudatos vásárlóból ösztönlénnyé válnak, akik a legfölsőlegesebb hülyeség láttán is azonnal kinyitják a pénztárcájukat. Az épületek alaprajzának megtervezésekor a beruházók arra törekcsenek, hogy a vásárlók vesszenek el a hatalmas terekben, és közben érje őket rengeteg inger, amiknek a hatására

ész nélkül költenek, és dugig tömött szatyrokkal távoznak. Aki csak egyszer is eltévedt már a svéd húsgolyóiról ismert bútoráruház labirintusaiban, az tudja, hogy miről van szó.

Már az is sokat segíthet a pénzügyi egyensúly megtartásában, ha ismerjük ezeket a trükköket. Próbáljunk letérni az áruházak és bevásárlóközpontok fix útvonalokról. Acélozzuk meg az akaratunkat. Vigyünk magunkkal bevásárlólistát, és ragaszkodjunk hozzá, hogy csak azt vesszük meg, amit felírtunk. És végül, de nem utolsósorban, próbáljunk meg ellenállni a csábításnak, hogy a vásárlást más tevékenységekkel, például evés-ivással kössük össze. Ez utóbbi is nagyban hozzájárul ahhoz, hogy a vásárlásra ne feladatként, hanem szabadidős tevékenységként gondoljunk – márpedig ilyenkor sokkal könnyebben költjük el a nehezen megkeresett pénzünket.

Az impulzusvásárlásainkat néhány egyszerű taktikával kordában tarthatjuk; gyakran az is elég, ha adunk magunknak 24 órát, hogy végiggondoljuk, valóban szükségünk van-e az adott termékre. A túlfogyasztási ingereknek viszont nehezebb ellenállni. Bár a túlfogyasztás az impulzusvásárlás közeli rokona, utóbbi nagyobb hatékonysággal használható önjutalmazásra.

Az OTP Bank megbízásából készített kutatás eredményei szerint az impulzusvásárlást kevésbé bánjuk, mint a túlfogyasztást: előbbit csak minden ötödik válaszadó szokta megbánni, míg a túlfogyasztást minden második. A megkérdezettek leginkább azt szokták sajnálni, ha olyan terméket vásárolnak, amire valójában nincs is szükségük, de a válaszadók harmada attól érzi magát rosszul, ha a költekezés a fontosabb kiadások vagy a megtakarítás rovására megy.

Nem is csoda, ha ilyenkor büntudatot érzünk – hiszen az impulzusvásárlás néha hasznos is lehet, de a túlfogyasztás minden esetben értelmetlen pazarlás. Az említett felmérés szerint a magyar lakosság leginkább hideg és meleg élelmiszerre, ruhára és szépségápolási termékekre költi a legtöbbet – fölöslegesen. Mindez egybevág azokkal a statisztikákkal, amik azt mutatják, hogy mindenkinek vannak fölösleges ruhái, és a megvásárolt ételek riasztóan nagy hányada végzi a szemétkosárban. Utóbbin már az is rengeteget segíthet, ha nem éhesen megyünk bevásárolni; így jobb eséllyel fogunk csak annyit vásárolni, amennyire valóban szükségünk van.

Emésszük az olvasottakat, és jusson eszünkbe, amikor nekivágunk a karácsonyi bevásárlásnak. Hogyne, az ajándékozás évezredes hagyomány, de a túlfogyasztás sosem volt keresztényi erény.

(444 2019. november 29., péntek)

Megduplázná a kártyaelfogadó helyek számát a MasterCard

A Mastercard meghirdette hároméves Infrastruktúra Fejlesztési Programját, melynek célja, hogy érdemben segítse a hazai bankkártya elfogadási infrastruktúra bővülését.

A program pénzügyi és szakmai támogatást nyújt, mind a hazai, - mind pedig a határon átnyúló elfogadók részére azzal a céllal, hogy jelentős mértékben felgyorsulhasson a bankkártya terminál igénylési és kihelyezési folyamata, valamint a kereskedők számára Magyarországon elérhető terminálok és fizetési megoldások palettája is tovább bővüljön.

A most bejelentett Infrastruktúra Fejlesztési Program a Magyarországon működő bankkártya elfogadók számára egyösszegű támogatást biztosít a terminál igénylési és telepítési folyamataik átalakítására és korszerűsítésére. A program egyik célja a teljes folyamat érdemi gyorsítása annak érdekében, hogy a kereskedők a jelenlegi több hét helyett akár 3 napon

belül működő bankkártya terminálhoz jussanak, amásik célja pedig a teljes ügyintézési folyamat elektronikus útra történő terelése.

A Mastercard tervei szerint a program segítségével három év alatt duplájára nőhet a kereskedelmi elfogadóhelyek száma, elsősorban a kis- és középvállalati szektorban.

„A Mastercardnál úgy látjuk, hogy Magyarországon a digitalizáció és a készpénzmentes megoldások elterjedése elképzelhetetlen a kis- és középvállalkozások bevonása nélkül. Ezért is döntöttünk úgy, hogy ezt a szektort helyezzük a program fókuszába, őket szeretnénk megszólítani és hatékonyan segíteni” – mondta Eölyös Endre a Mastercard Magyarországiért és Szlovéniáért felelős igazgatója.

Az MNB adatai szerint a bankkártya elfogadóhelyek száma 2018 év végén elérte a 145 ezer darabot, ami a NAV-hoz bekötött online pénztárgépek számához képest továbbra is elmarad - az online pénztárgépre kötelezett üzletek jelentős részében nem lehet bankkártyával fizetni. E mellett a mikro- és kisvállalati-, valamint egyéni vállalkozói szektorban van a legnagyobb lemaradás a kártyaelfogadás terén.

A Magyarországon működő kártyaelfogadók üzleti modellje és gyakorlata kevésbé fókuszál a kisvállalkozásokra, emiatt sem a terminálok beszerzésének folyamata, sem az ahhoz kapcsolódó szolgáltatások kínálata nem volt e szegmens igényeire szabva. A Mastercard szerint ahhoz, hogy a piac sikeresen meg tudja szólítani ezt a szektort, a jelenlegitől eltérő üzleti gondolkodásra van szükség.

(Origo 2019. november 29., péntek)

Megtízszerezte a külföldi mobilforgalmat az eltörölt roamingdíj

A roamingdíjak 2017 júniusi megszüntetése óta az Európai Unión belüli utazások során generált mobiladat-forgalom a tízszeresére nőtt – közölte az Európai Bizottság roamingpiacról készült első felülvizsgálatában.

A felmérésből kiderült, hogy az unió és az Európai Gazdasági Térségen (EGT) belüli roaming internethasználat 2018 nyarán volt a legintenzívebb, a külföldi mobilinternet-használat tizenkétszer magasabb volt, mint mielőtt eltörölték a kiskereskedelmi roamingdíjakat.

Azt közölték, hogy ugyanebben az időszakban a külföldről kezdeményezett telefonhívások száma csaknem a háromszorosára ugrott. Nagykereskedelmi szinten a díjplafonok jelentős csökkenése miatt a nagykereskedelmi roamingdíjak még lejjebb szorultak, így majdnem minden roamingszolgáltató számára fenntartható lépést jelentett a roamingdíjak eltörlése.

A jelentés azt is megállapította, hogy a roamingpiacon kialakult versenydinamika a közeljövőben valószínűleg nem fog változni, ami azt jelenti, hogy továbbra is szükség van a jelenlegi kis- és nagykereskedelmi szabályozásra. A jelenlegi roamingszabályokat az elkövetkező években is alkalmazni kell annak érdekében, hogy a polgárok a továbbiakban is többletköltségek nélkül élvezhessék a barangolás előnyeit az EU-n belül – tették hozzá.

Az Európai Unió 2017 júniusában törölte el a roamingdíjakat, azóta az európaiak az unión belüli utazásaik során ugyanúgy használhatják mobiltelefonjukat hívásra, SMS-ezésre és internetezésre, mint saját országukban, többletköltségek nélkül. A barangolásról szóló rendelet 2022 júniusáig van hatályban.

(Azüzet 2019. november 29., péntek)

Kiváló videós élményt nyújtanak a magyar mobilhálózatok

Ismét egy olyan statisztika, mely szerint a hazai mobilhálózatok elég jól teljesítenek - már ami a műszaki színvonalat, kapacitást illeti.

A héten ismét megjelent egy OpenSignal benchmark, a crowdsourcing alapokon működő (ez azt jelenti, hogy a mért eredményeket maguk a felhasználók szolgáltatják) rendszerben ezúttal ismét a mobilos "videózási élményt" vették górcső alá a cégnél. A mérési metodika ezúttal is nagyjából úgy állt össze, hogy az applikáció mérte a minőséget (bitrátát), a videók betöltési idejét és a szakaszos leállásokat (már ha volt), majd ezek alapján egy 0-100 -as skálán pontozza az eredményt. A magyar előfizetők számára jó hír, hogy a magyar mobilhálózatokon - az OpenSignal szerint legalábbis - egy élmény videózni.

Hazánk az OpenSignal listáin rendszerint elég jól szerepel, ezúttal sincs ez másként, a 2019-es "Mobile video experience" rangsorban az ötödikek vagyunk, egyben egyike annak a csupán hat országnak, mely "kiváló" értékelést kapott (ez 75 és 100 közötti pontszámot takar). A régióból egyébként egyedül a szintén tradicionálisan eléggé jól teljesítő Csehország fért be a top5-be (másodikként), Szlovákia a nyolcadik helyen végzett. Norvégia az első, Irak az utolsó, az USA pedig a 68. a listán, míg az EU-s tagállamok közül ha jól számoltam a lista 37. helyén álló Románia a sereghajtó.

Valószínűleg a népességszámhoz arányított aktív felhasználószámban már nem lennénk azért annyira jók a top10-be, ahogy az egy felhasználó által elfogyasztott átlagos havi adatmennyiséget illetően sem, de hát ez (is) az ára annak, hogy aki használja, annak viszont bőven jut kapacitás, 5G ide, 5G oda.

(hwsz 2019. november 29., péntek)

Az EU megtévesztő e-autó-politikája

Németország legfontosabb ipari szektora, az autóipar válságban van, és nem csak azért, mert annak a recesszióknak a hatásait nyögi, amelyet a Volkswagen emissziós sztemderdekekkel való csalása okozott, és a vásárlók elpártoltak más gyártókhoz. A szektornak ugyanis azzal a jelentős fenyegetéssel is szembe kell néznie, amelyet az EU rendkívül szigorú emissziós előírásai okoznak, és amelyek csak látszólag alapulnak a környezetvédelmi politikán.

Az EU egyértelműen túllőtt a célon az április 17-én hatályba lépett emissziós szabályozással. Az európai autógyártóknak 2030-tól el kell érniük a kilométerenkénti átlagosan csupán 59 grammnyi emissziót a járműveiknél, ami egy dízelautó esetében 100 kilométerenkénti 2,2 literes fogyasztásnak felel meg. Ezt egész egyszerűen lehetetlenség teljesíteni. 2018-ban az EU-ban újonnan regisztrált autók átlagos emissziója valamivel a 120 gramm per kilométer szint felett volt, ami kétszerese a hosszú távon megengedett értéknek.

Még a legtehetségesebb mérnökök sem lesznek képesek olyan belső égésű motorokat tervezni, amelyek teljesítik az EU által előírt sztemderdeket. Valójában éppen ez a lényege ennek a szabályozásnak. Az EU az elektromos autókra történő átállás kikényszerítésével akarja az autógyártók flottaszintű emisszióját csökkenteni. A flottaemisszió kiszámolására vonatkozó, jogilag kötelező uniós formula ugyanis az elektromos autóknál egyáltalán nem számít szén-dioxid-kibocsátást.

Ha egy autógyártó termelése egyenlően oszlik meg az elektromos autók és a belső égésű motorral felszerelt, a jelenlegi átlagos emissziós értéket teljesítő autók között, akkor az 59 gramm per kilométer előírást éppen el lehet érni. Ha egy gyártó nem tud elektromos autókat gyártani, és marad a jelenlegi átlagos emissziós szintnél, akkor autónként hatezer euró büntetést kell majd fizetnie, vagy egy olyan versenytárral kell egyesülnie, amely képes e-autókat előállítani.

Az uniós formula azonban nem más, mint hatalmas átverés. Ugyanis az elektromos autók is jelentős mennyiségű szén-dioxidot bocsátanak ki, csak a kipufogógáz kieresztése egy távoli erőműben történik. Amíg szén- vagy gáztüzelésű erőművek szükségesek az energiaellátás biztosítására abban az időszakban, amikor a szél nem fúj és a nap nem süt, akkor az elektromos autók meghajtását részben szénhidrogének biztosítják. Továbbá még ha nap- vagy szélergia által előállított árammal vannak is feltöltve az e-autók, hatalmas mennyiségű fosszilis üzemanyagot kell felhasználni az akkumulátorok előállítására, ami ellensúlyozza a vélt emissziócsökkentést.

Egy idén megjelent, Christoph Buchal fizikusprofesszorral közösen írt tanulmányban azt mutattuk ki, hogy a német energiamix tekintetében egy elektromos autó valamivel több szén-dioxidot bocsát ki, mint egy modern dízelautó. A VW által később publikált adatok megerősítették, hogy az e-Golf valamivel több szén-dioxidot bocsát ki, mint a dízel Golf a német energiamixen belül. (Ha a teljes európai energiamixre vetítjük ki az összképet, amelybe beletartozik a francia atomenergia nagy hányada is, akkor az e-Golf valamivel jobban teljesít, mint a dízel.)

Ezeket az állításokat megerősítette a Joanneum Research osztrák think tank által nemrégiben megjelentetett átfogó tanulmány is. Eszerint egy közepes méretű e-autónak Németországban 219 ezer kilométert kell megtennie ahhoz, hogy egy hasonló méretű dízelautó szén-dioxid-emissziós mutatóinál jobb értéket kezdjen produkálni. A probléma az, hogy a személyautók Európában átlagosan csak 180 ezer kilométert futnak. Sőt, a Joanneum szerint az elektromos autók akkumulátorainak élettartama nem elég ahhoz, hogy ezt a futott kilométer-mennyiséget elérjék. Sajnos az autóvezetők hatótáv miatti aggodalma azt okozza, hogy túl gyakran, illetve gyors feltöltéssel „tankolják fel” az akkumulátoraikat, ami nem tesz jót azok élettartamának. Csupán két magyarázat adódik a mostani helyzetre: az uniós törvényalkotók vagy nem tudják, mit tesznek, vagy becsapják az európaiakat. Mindkét esetben az EU-nak fel kellene hagynia a beavatkozó jellegű iparpolitikájával, ehelyett olyan piaci alapú eszközökre kellene támaszkodnia, mint például a kiterjedt emissziókereskedelmi rendszer.

A német energiamix vonatkozásában a flottaszintű üzemanyag-fogyasztásról szóló uniós szabályozás nem hoz majd semmi hasznát a klímavédelemben, viszont munkahelyeket fog megszüntetni, visszafogja a növekedést, és növeli a közvélemény bizalmatlanságát az EU bürokráciájával szemben.

(VG 2019. november 29., péntek)

Black Friday: szeretjük vagy utáljuk?

Az influenzaszerek lehetővé teszik, hogy egy-egy hirdetéssel egyre nagyobb tömegekhez jussanak el az akciók

Az internetfigyeléssel foglalkozó SentiOne magyarországi csapata három évre visszamenőleg látja a hazai interneten közzétett szöveges tartalmakat. Így a kutatásukban 2017-ig visszamenőleg elemzik a Black Friday jelenséget Magyarországon. Kutatásukban arra keresték a választ, hogy kik, mikor, hol és hogyan beszélgetnek a Black Friday-ról.

Érdekes tendencia rajzolódik ki a Black Friday-jel kapcsolatos beszélgetésekben: habár évről évre kevesebb alkalommal kerül szóba magyar nyelven az esemény, mégis egyre több embert érnek el a vele kapcsolatos tartalmak – írja a Digitalhungary.hu. Az éveket összehasonlítva nemcsak évről évre, de a Black Friday heteit tekintve is ugyanaz a tendencia rajzolódik ki: csökkenő említésszám, növekvő elérés.

Ha a 2019-es év Black Friday hetének online megjelenéseivel kapcsolatban szeretnénk nagy összegben fogadni, akkor a kutatásokat végzők tizenötezer körüli online megjelenésre tippelnek (posztok, cikkek, kommentek, megosztások), és hatvanötmillió körüli elérésre számítanak. Hogy mi lehet ennek az oka? Az, hogy a felhasználók már kevésbé kommentelnek a témában, míg a nagyobb influenszerek egyre dagadó követőbázisa lehetővé teszi, hogy egy-egy említéssel egyre nagyobb tömegekhez juttassák el az akcióval kapcsolatos tartalmát.

A valódi Black Friday-re való készülődés már hetekkel a nagy nap előtt elkezdődik, vagy kiterjesztik azt egy teljes fekete hétre, vagy fekete novemberre, vagy egyszerűen korábbra időztik, hogy magukhoz csábítsák a vásárlókat. 2017-ben, például az Xbox Magyarország, a Crystal Nails és a Mirage Fashion kezdett korábban. Tavaly még jobban kiszélesedett a korábban kezdők köre, például a Media Markt, a Nespresso vagy az Adidas Outlet Stores sem tudta kivárni a hivatalos időpontot.

Maga a hivatalos fekete péntek napja is igen érdekes, egyre kevesebben beszélnek róla aznap, de egyre többekhez jutnak el a szavak. A toptémák hasonlóan alakultak az elmúlt három évben. Fontosak az ajánlatok, az edukáló, figyelemfelhívó cikkek, influenszerpromók és az olyan jellegű helyzetjelentések, mint hogy hol van tömeg, hol vannak átverések, és minden évben akadtak bojkottáló jellegű tartalmak is. 2017 óta a témában megjelent cikkek tíz százalékában arról írnak, hogy átverés a shoppingünnap, és hogy az üzletek hogyan használják ki a vásárlókat. A közösségi oldalakon csaknem százszor posztoltak a különböző hivatalos oldalak, bemutatva a jelenség sötét oldalát. De ez sem változtat azon a fontos tényen, hogy a mai napig minden negatív kommentre három pozitív jut.

Az elmúlt évekből kiindulva a témákban és az érzelmekben idén sem várható nagy változás, a fekete péntek akciót a vásárlók kétharmada szereti.

(Magyar Hírlap 2019. november 29., péntek)

Túlköltekezés vagy ésszerű spórolás? Idén is itt a Black Friday

Az elmúlt években egyre nagyobb népszerűségnek örvend az Amerikából induló Black Friday, amely keretében a kereskedők hatalmas akciókkal várják a vásárlókat. Az év egyik legnagyobb forgalommal járó napját a tömegnyomor, a hosszú, akár napokon át tartó sorban állás, és gyakran a kiugróan magas költekezés jellemzi. Az ünnepi szezon felforgató ünnep már javában begyűrűzött hozzánk is és lassan felváltja a karácsonyi vásárlásokat is.

Úgy tartják, hogy a Fekete péntek kifejezés eredetileg 1966-ból ered, azt jelezve, hogy a kereskedési szezon megkezdésével a kereskedők bevétele ilyenkor fordul pirosból feketébe, azaz nyereségesbe. A kifejezés ugyan több mint fél évszázados, a használata a köztudatban néhány évtizede vált általánossá. A Black Friday alapvetően minden évben az Egyesült Államokban ünnepelt hálaadást követő péntekre esik – ez idén november 29. Ilyenkor a nagy áruházláncokban, illetve ma már egyre gyakrabban a kisebb üzletekben is elszabadul az örület, és az emberek hajlamosak szabadságot kivenni annak érdekében, hogy elsőként megszerezhessék a leértékelt termékeket, szinte bármilyen áron. Csak tavaly összesen több mint

150 millió amerikai fogyasztó vásárolt ebben az időszakban, az online vásárlások összege pedig meghaladta a 6.2 milliárd dollárt is.

Az ünnep az elmúlt években jócskán átalakult, hiszen az akciók már nem csak a hálaadást követő pénztekekre korlátozódnak, hanem a hivatalos dátum előtt és után is hetekkel elhúzódhatnak. Magyarországon is ez a trend figyelhető meg, a Black Friday akciók az üzletekben, weboldalakon már egy héttel ezelőtt elkezdődtek és még javában tartanak. A kérdés valójában csak az, hogy a tudatosság jegyében az érzékenyebb vásárlók valóban jó ajánlatokat foghatnak-e ki vagy ezek az akciók csak a felesleges vásárlásra ösztönöznek, amelynek következtében olyan termékeket veszünk, amelyeket csak azért vettünk meg, mert akciósak.

Idén a GKI Digital és a Bónusz Brigád készített egy előzetes felmérést novemberben, amely arra kereste a választ, hogy mennyire várják az emberek ezt az alkalmat, illetve, hogy mennyire számítanak arra, hogy jutányos áron juthatnak majd a kiszemelt termékekhez. A több mint 450 válaszadó fele jó kezdeményezésnek tartja a Black Friday-t, és legalább ugyanennyien korábban már vásároltak az akciós napok keretében. A válaszadók közel fele pedig ezek alapján úgy tervezte, hogy idén is figyelemmel kíséri majd az akciókat és vásárlást is tervezett. Itthon elsősorban az online térben bontakozott ki igazán a jelenség: az előzetes informálódás, illetve a vásárlások jó része is online zajlik. Hazánkban az egyik legnagyobb elektronikai szaküzlet felmérése alapján az elektronikai eszközök (okostelefon, notebook, fényképezőgép), valamint a konyhai nagygépek a legkapósabbak.

Ebben az időszakban, amikor minden akció, és minden kereskedő a költségek csökkentését próbálja támogatni, különösen fontos, hogy tudatosan viselkedjünk. Az akciós termékek árcédulái ugyanis könnyen elhitethetik velünk, hogy szükségünk van az eredetileg nem tervezett termékekre. Segítség lehet a vásárlások idején, ha előre megtervezzük a kiadásainkat, és előzetesen listát készítünk és sorba vesszük, hogy mire is van szükségünk pontosan. Ha például a Black Friday nyújtotta akciókat használnánk ki például a karácsonyi ajándékok beszerzésére, térképezzük fel előre az üzletek kínálatait és igyekezzünk elkerülni az impulzusvásárlásokat. A tudatosság jegyében egyébként a Black Friday ellenzői körében számos, a fenntarthatóságot és a fogyasztói tudatosságot népszerűsítő kezdeményezést is találhatunk, ezekről egy korábbi bejegyzésünkben számoltunk be, itt.

(Chikansplanet 2019. november 29., péntek)

A Lime lázad Pintér szabályértelmezése ellen

Pintér Sándor belügyminiszteri útmutatása érdekes helyzetet eredményezett az elektromosroller-fronton.

Hosszabb idő óta folyó vitára akart pontot tenni Pintér Sándor belügyminiszter, amikor parlamenti válaszában a napokban azt közölte egy érdeklődő képviselővel, hogy az elektromos rollert a hatályos szabályozás alapján, külön eltérő rendelkezés hiányában csak segédmotoros kerékpárnak lehet megfeleltetni. A rendőrség a jogszabályok alapján köteles eljárni.

Mint arról korábban beszámoltunk, a rendőrség pont az alapján indított eljárást két kollégánk ellen, akik videóban tesztelték az akkor induló elektromos roller szolgáltatást, hogy szabálytalanul használták a segédmotoros kerékpárnak minősülő e-rollert.

Szabálysértés miatt büntették meg az Index rollerező újságíróit. A rendőrség szerint a Lime segédmotoros kerékpárnak számít, bukósisak kell hozzá, nem mehet se járdán, se kerékpárúton. De jött a csavar.

Szakemberek már akkor számos érv alapján vitatták, hogy az elektromos roller segédmotoros kerékpárnak számít, és többen rámutattak, hogy valójában nincs is erre a járműkategóriára jelenleg szabályozás.

Ha a belügyminiszteri kijelentés alapján a rendőrök elkezdik büntetni a sisak vagy jogosítvány nélkül, vagy éppen nem a megfelelő helyen elektromos rollerrel közlekedőket, akkor az több ezer saját rollerrel guruló budapestit, valamint szintén több ezer Lime-felhasználót érint majd.

Megkerestük a 300 elektromos rollerrel rollermegosztó szolgáltatást végző Lime Magyarországot, hogyan készülnek fel az esetleges rendőrségi ellenőrzésre, adnak-e sisakot a felhasználóknak, megkövetelik-e a jogosítványt, vállalnak-e jogi felelősséget, ha a roller miatt megbüntetik a felhasználóikat, vagy egyszerűen levonulnak a budapesti piacról.

Tóth Tamás, a Lime magyarországi képviselője lapunknak azt mondta, hogy az egyetlen általuk ismert, elektromos rollerre vonatkozó (uniós) jogszabály alapján nem tartanak szükségesnek semmilyen lépést, eszerint ugyanis az elektromos roller biztosan nem segédmotoros kerékpár.

Nem adnak külön sisakot, nem kérnek jogosítványt, nem szerelnék még egy féket, indexet a rollerre, és alapvetően a kerékpárutat javasolják a közlekedésre (ahol a KRESZ szerint egyébként segédmotoros kerékpárok nem közlekedhetnek). És nem vállalják a jogi felelősséget, ha a fenti okok miatt megbüntetnék a felhasználóikat, mert álláspontjuk szerint annak nincs alapja.

Tóth Tamás elmondta, úgy tudják, hogy az Innovációs és Technológiai Minisztérium elkezdett dolgozni a szabályozáson, amit szívesen segítenének a tapasztalataikkal. Jelenleg a Lime a bérléshez szükséges telefonos applikáción keresztül a KRESZ alapinformációkat ismerteti a felhasználókkal, valamint azt ha az időjárás miatt veszélyessé válik a közlekedés. Ilyenkor egyébként csökkentik a kihelyezett rollerek számát is, amit eleve az utazási szokásokhoz és az időjáráshoz szabnak.

Tóth szerint az iskolakezdés óta kiderült, hogy nemcsak a szűk belvárosban van igény a rollereikre, hanem külsőbb részokról, Óbudáról vagy Kelenföldről is jönnek be többen. Nagy szerepet szánna a cég a rollereknek a metrópótlásra is, főleg a hamarosan elkezdődő középső, belvárosi metrószakasz felújítása idején. Méréseik szerint a felhasználók túlnyomó többsége, 70 százaléka budapesti, azaz nem turista, közülük több mint fele arányban vannak az aktív felhasználók, akik naponta legalább kétszer rollereznek.

Arra a kérdésre, hogy mit tesz a cég a rollerek szétdobálása ellen, mert ez irritálja legjobban a budapestieket, Tóth közölte, hogy nem a felhasználók borítják fel, dobálják szét a rollereket, ugyanis az utazás végén fénykép készül, és azokon még általában rendben vannak. Értetlenül állnak a jelenség előtt, nem értik, kik azok, akik ezt jó szórakozásnak tekintik, de begyűjtőik, ha látnak felborult, rossz helyen fekvő rollert, akkor felállítják, megigazítják.

Közölte, hogy a Dunából kihalászott négy rollerrel is hasonló a helyzet. A megjelent cikkekkel ellentétben Tóth azt állítja, hogy nem kopnak el gyorsan a rollereik, a májusi indulás óta a folyóba dobott négy roller elektromos rendszerét kellett leselejtezni, majd azok is visszakerültek a forgalomba - azaz a flotta az egész szezont kibírta.

A Lime az elmúlt hónapokban több önkormányzattal is tárgyalt, köztük az V. kerülettel is, ahonnan végül kitiltották a rollereiket. Mint Tóth Tamás közölte, alapvetően nem is a dokkolóállomások felállítása volt a fő probléma - bár a Lime szabadságát épp a szabad elhelyezés adja szerinte, meg hogy nem igényel jogosítványt -, hanem az, hogy a kerület nagyon lecsökkentette volna a rollerek sebességét.

Szoftveresen a Lime meg tudja oldani, hogy meghatározott körzetekben a rollereknek kisebb legyen a végsebessége, Szófia egyes részein például csak 8 km/órával enged az elektronika gurulni, de Tóth elmondása szerint az V. kerületben még ennél is kisebb sebességet szerettek volna, aminek már egyszerűen nem lett volna értelme.

Arra a kérdésre, hogy mivel autóval gyűjtik be és helyezik ki a rollereket, sokkal nagyobb ökológiai lábnyomot hagynak, mint ahogy elsőre látszik, Tóth elmondta, hogy a több mint ötven szerződött begyűjtő jelentős része gyalog vagy biciklivel szedi össze a rollereket. Sokan munka mellett, kiegészítő keresetként begyűjtők, ahogy a Lime-nál nevezik őket, juicerek. Egy darab roller hazavitelével feltöltésével, vagy egy elromlott roller műhelybe szállításával 700-800 forintot lehet keresni, egy juicer átlagban napi 5 rollert gyűjt be, amivel 2-3 óra alatt 3-4 ezer forintot tehet zsebre. A cég autóval is gyűjt, de jövőre elektromos rásegítésű teherbiciklik beszerzését tervezik.

Mit tegyen a rolleres, ha mégis megbüntetik?

A Hvg.hu csütörtöki cikke szerint perek sokasága jöhet Pintér Sándor bejelentése után. Jogszabályváltozásról ugyanis sem az érintettek, sem pedig a közlekedési szakértők nem tudnak, így akár bírósági eljárások tucatjai is indulhatnak, ha a rendőrök betartják Pintér Sándor rendelkezését.

Heinrich Renáta a D.A.S. Jogvédelmi Biztosító Zrt. kamarai jogi előadója a lapnak elmondta, hogy a jelenlegi rendezetlen helyzetben erősen kérdéses, milyen jogi alapja lenne a belügyminiszter által említett bírságoknak, hiszen egy miniszteri rendelkezés önmagában még nem elég ahhoz, hogy a rendőrök büntessenek.

Pető Attila közlekedési szakértő, a Kreszprofesszor pedig egyenesen azt javasolta: ha a rendőr megbüntet valakit elektromos rolleren és ezt segédmotoros kerékpárokra vonatkozó előírások megszegése miatt teszi, vitatott esetben érdemes bírósághoz fordulni, hogy döntsenek ők az ügyben.

(Index 2019. november 29., péntek)

Ennyit költenek a magyarok az éttermekben

Átlagosan 2900 forintot szántak idén éttermi étkezésre. A tipikusan hazai ételeket jellemzően inkább otthon készítik el.

Az idén egy éttermi étkezésre átlagosan 2900 forintot szánnak a magyar vendégek fejenként, a hely kiválasztása előtt 72 százalékuk az interneten is tájékozódik, 60 százalékuk azonban ismerősei ajánlását tartja döntőnek. A Bónusz Brigád és a GKI Digital felmérése szerint a magyarok kedvence a hazai ízvilág, de ha étterembe mennek, akkor többnyire más nemzetek ételeit választják, és a tipikusan hazai ételeket jellemzően inkább otthon készítik el. Az adatokból kiderül az is, hogy 2018-hoz képest átlagosan nagyjából 5-10 százalékkal, 2017-hez képest pedig mintegy 15 százalékkal költenek többet az emberek éttermi szolgáltatásra fejenként. Az interneten keresztüli foglalások alapján a burgerezők állnak a népszerűségi lista élén, főként a fiatalok foglalásai miatt. Az egyik legnépszerűbb helyen például a burgereket, salátákat és italokat egy, az asztalba épített számítógép segítségével lehet közvetlenül a konyhától megrendelni. A válaszadók 87 százaléka a hagyományos, 34 százalékuk a gyorséttermeket látogatja, míg a kifőzdébe minden ötödik válaszadó tér be. A reprezentatív statisztikák szerint a magyar felnőttek mintegy 40 százaléka félélvete, majdnem 15 százaléka pedig havonta jár étterembe.

(Népszava 2019. november 30., szombat)

Az idei black friday koronázatlan királya a 317 ezer forintos Bogyó és Babócás gyereklámpa

Ismét megvolt a black friday, avagy fekete péntek, az Amerikából hozzánk is szépen leszivárgó vásárlási örület napja, amikor az áruházak leértékelésekkel próbálják meg rávenni az embereket, hogy még karácsony előtt jól bevásároljanak mindenféle jóból. (Apró érdekesség, hogy idén a black friday-es incidenseket számláló oldal szerint nem történt haláleset, egyébként az oldal indulása óta 12 halálesetet és 117 sérülést írtak a fekete péntek számlájára.)

Black friday vs. a Föld

Külön érdekesség, hogy a black friday kérdése idén már Magyarországon is előkerült a környezetvédelem kapcsán. Szokatlan egyetértés volt a magyar politikai spektrumon azzal kapcsolatban, hogy az értelmetlen túlfogyasztás nem kifejezetten tesz jót a bolygónak. A szélsőjobbtól kezdve, a liberálisokon át, keresztül a kormánypárti médiumokig, egészen a fridays for future-ös fiatalokig bezárólag, mindenki megszólalt az ügyben arra kérve az embereket, hogy ne vásároljanak szükségtelen dolgokat, csak mert azok le vannak értékelve. A rivalizáló áruházak itthon is próbálnak egyre korábban elindulni az akcióikkal. Mára oda jutottunk, hogy sok hazai boltban és webshopban akár egy héttel korábban is elindulnak a leárazások. Azt azonban nem mindenki teheti meg, hogy a hosszútávú üzleti stratégiák érdekében lemondjanak a profitjuk egy részéről, ők MINDENFÉLE TRÜKKÖKKEL PRÓBÁLNAK AKCIÓKAT MEGHIRDETNI, PÉLDÁUL, HOGY EGY NEM LÉTEZŐ KORÁBBI ÁRHOZ KÉPEST HIRDETNEK AKCIÓT.

A témával foglalkozó első cikkünk óta számtalan újabb olvasói levél érkezett, nagyrészt hasonló esetekkel. Sokan panaszkodtak például az eMag felületén meghirdetett termékekkel kapcsolatban, azonban a webshop azzal háritja el ezeket, hogy azok nem az ő saját, hanem a martketplace-szolgáltatásukat igénybe vevő külső cégek hirdetése, így azokra nincs ráhatásuk, nem felelősök érte. A GVH kérdésünkre megerősítette, hogy tényleg így van.

Az online áruházban amúgy a saját bevallásuk szerint már 1 héttel a black friday "hivatalos" napja előtt, 22-én pénteken pusztán az első hét órában 136 000 terméket rendeltek az emberek 3,4 milliárd forint értékben, igaz ez meg sem közelíti a kínai black friday-t, avagy a szinglik napját.

Összesen 11 746 milliárd forintnyi áru került értékesítésre a szinglik napján az Alibaba oldalain.

De nézzük a beérkezett esetek közül a legerősebbet, az idei black friday koronázatlan királyát,

A BOGYÓ ÉS BABÓCÁS LÁMPÁT 317 EZER FORINTÉRT.

Jó hír a gyermekműsorok hardcore rajongóiknak, akik eddig csak vágyakozva nézhették a luxustermékek árkatóriájában mozgó Bogyó és Babóca tematikájú mennyezeti lámpát, hogy végre eljött a nagy deal ideje, és kedvenc burájukat most 317 501 forint helyett csak 15 747 forintért megvehetik. Erre még az Eliosnál is elismerően csettintenek!

Verhetik a fejüket a falba, akik adósságba verték magukat a több százszoros mesefigurás csodalámpa miatt, miközben az élelmesebbek most vigyorogva kortyolgatnak egy pohár Dom Pérignon a 40 wattos izzók fényében. (A rend kedvéért: valószínűleg soha nem került 300 ezer forintba a fent említett, egyébként igen menő lámpa.)

Novemberi árhullám

Vannak termékek, amiknek az ára sajátos görbét jár be egy év folyamán, jó példák erre a szezonális zöldségek, gyümölcsök, szállodai szobák, repülőjegyek. De, úgy tűnik, a LED-tévék is hasonló ívet mutatnak, ahogy erre olvasónk felhívta a figyelmet. Érdekes módon épp a black friday előtti héten árazták fel a tévét, ahogy az aruekereso.hu árdiagramján is látható.

A jelenség nem magyar sajátosság, a Twitteren terjedt el az elmúlt pár napban az #ASOSBlackFriday címke, a bejegyzésekben a felhasználók azzal vádolják az angol divatláncot, hogy a fekete pénteket megelőzően felpumpálták az árakat, hasonlóan a fent említett példához.

Volt, nincs akciók

Sok olvasónk beszámolt olyanról is, hogy egy termékre az adott webshop már az akció indulását követő percben azt írta, hogy elfogyott. Ez egyébként ténylegesen lehet akár egyszerű bénaság a boltok részéről, sőt egy igazán csábító akciónál megeshet, hogy valakik a frissítésre tenyerelve elmarták az összes akciós terméket.

Azonban az sem kizárt, hogy így próbálja a saját oldalára terelni egy bolt a vevőket, akik ha már ott vannak, akkor a kinézett árucikk híján lehet megvesznek valami más, hasonló dolgot. Az azonban, ha kapható termék, csak már nem az akciós áron, szabálytalan, valamint az is, ha ésszerűtlenül kicsi volt a készlet, bár utóbbi alatt nem tudni pontosan, mit is ért a GVH.

"Én őszintén megmondom nem konkrétan műszaki cikket akartam vásárolni hanem gyerekjátékokat, ahogy azt tavaly is tettem így a black friday idején – kezdi levelét Judit. – Akkor is sikerült egyébként olyan terméket megvenni, ami dupla áron lett volna eredetileg, más oldalakon is. Ez most is megtörtént, viszont

feltűnően furcsa volt az hogy például 12:20-kor még az adott játékból amelyről képet is csatoltam mindegyik típusból lehetett féláron venni 20 perccel később mire már a fizetést is befejeztem nem volt egyáltalán készleten csak az eredeti áron a termékből.

Ez elméletileg nem volna szabályos, ugyanis egy akció esetén nehezen értelmezhető, hogy egy készletből, melyik volt a leértékelt, és melyik a nem leértékelt.

(Index 2019. november 30., szombat)

Így lennének pikkpakk egészségesebbek a magyarok: valamivel nem számolnak

Bár az egészséges életmód rendkívül összetett fogalom, a magyar lakosság számára egyet jelent a helyes táplálkozással. Ez derült ki egy reprezentatív márkakutatásából, amely arra kereste a választ, hogy mik a legegészségesebbnek tartott márkák ma Magyarországon.

Az eredmények szerint az egészséges jelzőt legtöbbször a Hohes C gyümölcslevekhöz rendelték, amely Szent-Györgyi Albert hazájában felhetetően a magas C-vitamin tartalomnak köszönhető. A második helyen a legnépszerűbb magyar vitaminmárka, a Béres végzett, a dobogó harmadik fokára pedig ismét egy gyümölcslé, a piacvezető Sió és a Danone Activia joghurtja került fel holtversenyben, utóbbi a bélflóra működését támogatja - derült ki a VMLY&R Brandasset® Valuator közleményéből.

A top10-es listát egyértelműen a gyümölcslevek, vitaminkészítmények és a tejtermékek uralják, de helyet kapott rajta a gyógynövény alapú termékeiről ismert Herbária márka is, amely megerősíti, hogy a gyógy- és fűszernövények napjainkban reneszánszunkat élik.

Az eredményekből kirajzolódik az is, hogy a magyar emberek az egészséget elsősorban a gyomrukon keresztül érzékelik - ez azonban nem helyi sajátosság, a kutatás szerint a franciák például az ásványvizekhez, a spanyolok a joghurtokhoz, a csehek pedig müzlimárkákhöz társítják az egészséges jelzőt.

Érdekes egyébként azt is megjegyezni, hogy hazánkban egyetlen sportszermárka sem került be a legjobbak közé, pedig az Egészségügyi Világszervezet ajánlása szerint az egészséges

életmód kialakításában a táplálkozás mellett kulcsfontosságú a rendszeres mozgás, mentális, szociális jólét szerepe is.

(Pénzcentrum 2019. november 30., szombat)

Hét év alatt felére csökkent a háztartások összes közműtartozása

A rezsicsökkentéssel 1700 milliárd forintot takarítottak meg a magyar családok, és az elmúlt hét évben kevesebb mint a felére csökkent a háztartások összes közműtartozása - mondta Schanda Tamás, az Innovációs és Technológiai Minisztérium (ITM) parlamenti államtitkára. Magyarországon Románia mellett a legalacsonyabb a lakossági földgáz ára az Európai Unióban, az áram ára pedig a második legolcsóbb - ismertette az államtitkár. Hozzátette, hogy a vásárlóerő alapján az európai fővárosok közül Budapesten a gáz ára a negyedik, a villany ára a kilencedik legolcsóbb. 2012 óta átlagosan 25 százalékkal csökkent a gáz, az áram és a távhő ára - hangsúlyozta Schanda Tamás.

(Portfolio 2019. november 30., szombat)

A cégek számára a digitális átalakulás a legnagyobb kihívás

A fejlesztési stratégiához és a jogszabályi környezet kidolgozásához is fontos az egyeztetés

Egyre megkerülhetetlenebb a startupok jelenléte a céges környezetben, a kormány vállalkozásfejlesztési politikájában is fontos szerepet kapnak, ugyanis a világban zajló kihívásokra többek között az ipar 4.0-val és a digitalizációval lehet válaszolni – hangzott el a Startupok Éjszakája megnyitóján, ahol több mint száz cég mutatkozott be.

Egy a sok fejlesztésből: fejformához idomuló speciális szemüvegkeretek

Budapest fejlődését, és a folyamatos fejlesztéseket öt tény, nemzetközi felmérés eredménye is igazolja – mondta Szalai Piroska, a Budapesti Vállalkozásfejlesztési Közalapítvány kuratóriumi elnöke csütörtökön este a Startupok Éjszakája megnyitóján. Felsorolta, nemzetközi felmérések szerint a magyar főváros a legélhetőbb közép-európai város, ahová – nyolcvan helyszínt vizsgálva – a legszívesebben települnének a startupok a Brexit után. Hozzátette, a száz leginnovatívabb város címet harminc európai nyerte el, köztük a magyar főváros, ahol nem mellesleg a második legmagasabb a hi-tech szférában dolgozók aránya a munkaerőpiacon belül – és Oxford után másodikként lenni Szalai Piroska szerint előkelő eredmény.

A mára megkérdőjelezhetetlen létjogosultság kapcsán kitért rá, a BVK fókuszába 2013-ban kerültek startupok, azóta számos versenyt szerveztek számukra, ez volt az ötödik bemutatkozóéjszakájuk és 175 magyar startup mutatkozhatott be nemzetközi szinten, mindezt negyven delegációban, ha pedig a versenyzőket nézzük, ennél is többre tehető azok száma, akik külföldön is piacot keresnek termékeikkel. A Startupok éjszakája kiállítóinak száma is növekszik, száz fölötti bemutatkozóval megduplázva a tavalyi számot – a legkülönbözőbb alkalmazásokkal és fejlesztésekkel találkozhattak a látogatók.

Nagy Ádám, az Innovációs és Technológiai Minisztérium iparági stratégiáért és szabályozásért felelős helyettes államtitkára úgy fogalmazott, 2019-ben nemcsak

Magyarországon, hanem a világban is új kihívásokra kell választ találni, ennek eszközei lehetnek az Ipar 4.0 elemei és a digitalizáció is. Szerinte sokan vállalnának munkát, amit meg kell fizetni, sok az olyan cég is, amelyik a rendszerváltozáskor alakult, nekik kihívás lehet átállni. Szólt arról is, hogy a rendezvényen olyanok jelentek meg kiállítóként, akik már bizonyítottak, a minisztérium pedig támogatja a fejlesztéseket, ennek jegyében dolgozta ki a mikro, kis és közepes vállalkozásokat segítő stratégiáját. Ehhez cégeket, startupokat is megkérdeztek, a legtöbb megkérdezett a finanszírozás és a mentorálás kihívásait említette, a kormányprogram pedig ezekre ad választ, pontosan a finanszírozást és a nem csak anyagi jellegű fejlesztéseket támogatja.

Győri Enikő európai parlamenti képviselő úgy fogalmazott, az uniós szabályozási környezet tönkretetheti az ötleteket, ezért úgy látja, minden lehetséges tervezetet cégeszteknek kellene alávetni, hogyan befolyásolja azok működését, nem utolsósorban ez az unió versenyképességére is kihat. Úgy látja, az új Európai Bizottság mutat ilyen irányú elkötelezettséget, ami azért is előnyös, mert a zöld gazdaság és a digitalizáció jó terepet jelent a vállalkozásoknak, amelyek tanulhatnak is egymástól.

(Magyar Hírlap 2019. november 30., szombat)

Távhővel a klímacélokért

Évente 200-250 millió köbméter fosszilis, túlnyomórészt importból származó energiahordozót váltana ki biomasszával, valamint a hő- és a geotermikus energia felhasználásával az innovációs tárca és a távhőszolgáltatók szövetsége. Új kormányrendelet is segíti a kedvező fűtési mód terjedését.

A napokban újította meg együttműködési megállapodását az innovációs tárca és a Magyar Távhőszolgáltatók Szakmai Szövetsége (Matászszy), amelynek jegyében a megfizethető, környezetbarát távhő piaci térnyerését kívánják elősegíteni – jelentette be Kaderják Péter. Az energiaügyekért és klímapolitikáért felelős államtitkár jelezte: a célkitűzések összhangban vannak az Innovációs és Technológiai Minisztérium (ITM) klímapolitikai céljaival.

A távhőtermelésben a földgáz jelenlegi hetven százalék feletti felhasználási arányát ötven százalék alattira csökkentenék. Így évente 200-250 millió köbméter fosszilis, túlnyomórészt importból származó energiahordozót váltanának ki helyben rendelkezésre álló erőforrásokkal: biomasszával, valamint a környezeti hő- és a geotermikus energia felhasználásával. – Ez hozzájárul a települések levegőtisztaságának javításához és új munkahelyek létrejöttéhez is – mutatott rá az államtitkár.

A tárca és a szövetség közti együttműködés szorosabbra fűzésének már három eredménye van. – A kormány a közelmúltban módosította az épületek energetikai jellemzőinek meghatározásáról szóló kormányrendeletet, így elhárult az akadály a távhőszolgáltatás térnyerése előtt. Ezzel a távhő méltányos versenyhelyzetbe kerül azokkal a megújulóenergia-technológiákkal, amelyek az újonnan kivitelezendő épületek fűtésellátásának kiszolgálásához szükségesek lesznek, megfelelve a 2021. január 1-jétől betartandó európai uniós előírásoknak – közölte Kaderják Péter. Az e dátum után épülő házak energiaellátásának egy részét megújuló forrásból kell fedezni, de eddig a szabályozás nem tette lehetővé, hogy a vételezett hő megújuló százalékát zöldként könyvelhessék el.

Kétmilliárd forint keretösszegű pályázat is indult az együttműködésben – idézte fel az államtitkár –, amelyre lakásszövetkezetek és társasházak jelentkezhetnek. Az elnyert összegből a távhővel felszerelt lakóközösségek szabályozhatóvá tehetik a radiátorait és

okosmérési rendszereket telepíthetnek. A mintegy 650 ezer távfűtéses lakás közül ugyanis nagyjából 200 ezerben még most sem szabályozhatók a fűtőtestek, ami jelentős energiapazarlással jár.

Mivel uniós előírás szerint rövidesen kötelező lesz jelezni a távhőszolgáltatás környezetre gyakorolt hatását, a tárca és a szövetség általánossá tenné a távhőökocímke használatát. A háztartási gépeken és elektronikai termékeken megtalálható, energetikai jellemzőket jelző matricákhoz hasonló címkéről leolvasható a szolgáltatás energiahatékonysági mutatója, a felhasznált megújuló energia aránya és a szolgáltatás szén-dioxid-intenzitása. Az öcocímkét a Matászs tagvállalatai már évek óta alkalmazzák, és megfelel az uniós irányelvben lefektetett elvárásoknak is.

– A távhő 1880 óta íródó története alatt mindvégig tudtuk, hogy biztonságos és kényelmes, de ma már ennél lényegesen több: klímapolitikai eszköz, ezenfelül pedig Magyarországon megfizethető, ami lényeges szempont a lakosság hőellátását illetően – jelentette ki Orbán Tibor, a Matászs elnöke. Szerinte a rendelet módosítása biztosítja azt is, hogy a távhőszektor a jövőben az országos levegőterhelés-csökkentési programban, valamint a nemzeti energia- és klímatervben kitűzött célokat is szolgálja.

(Magyar Nemzet 2019. november 30., szombat)

Új befektetés hódít a világon – Már Magyarországon is elérhető

Napról napra látnak napvilágot a klímaváltozással és környezetszennyezéssel járó természeti és társadalmi katasztrófák hírei. Bár a piacon évek óta elérhetőek már a környezeti és egyéb fenntarthatósági szempontokat előtérbe helyező befektetési alapok, az emberek idén kattantak csak rájuk igazán. Olyannyira, hogy ezekbe a befektetésekre idén annyi pénz folyt be, mint az utóbbi tíz évben összesen. És nincs megállás: egyes becslések szerint két év múlva már több mint ezermilliárd, 20 éven belül pedig 20 ezermilliárd dollár áramlik ESG-alapokba. Jó hír, hogy már itthon is több alapkezelő kínálatában megtalálhatóak ezek az alapok, mostani cikkünkben össze is gyűjtöttük ezeket.

ESG-ALAPOK, AZ ÚJ ŐRÜLET

Annyi pénz áramlott idén ESG-alapokba, mint az utóbbi 10 évben összesen

A Bank of America Merrill Lynch egy friss elemzésében foglalkozik azzal, hogy miért érdemes az alapkezelői piacnak komolyan vennie az ESG-t, tehát a környezeti, társadalmi és vállalatirányítási szempontokat a befektetése során.

Az elemzés szerint az ESG-befektetések jelentős hozamnövelő potenciállal bírnak: az elmúlt öt évben azon cégek részvényei, amelyek jó ESG-minősítéssel bírtak, 3 százalékponttal múlták felül a piac teljesítményét.

Az ezredfordulós fiatalok, a vagyonosabb emberek és a nők is egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek olyan cégekre, amelyek szem előtt tartják az ESG-szempontokat a működésük és vállalatirányításuk során. A bank becslése szerint ezért jelentős összegek vándorolnak majd ilyen alapokba, a következő két évtizedben ezt több mint 20 ezermilliárd dollárra becslik. Ez annyi pénz, amennyi most az S&P 500 cégeinek piaci kapitalizációja.

Az olyan immateriális javak, mint a reputáció, márka és szellemi tulajdon, rekord szinteket üt meg az S&P 500 cégeinél. Így aztán a bank szerint egyedül a pénzügyi szempontokat elemezni nem lesz elég a jövőben, egy vállalatot nem lehet majd az ESG-szempontok figyelmen kívül hagyásával vizsgálni.

Az elemzés szerint az olyan hagyományos pénzügyi mutatók, mint a vállalati jövedelem minősége, a tőkeáttétel és a profitabilitás közel sem olyan jó indikátorai egy jövőbeni bevételi volatilitásnak vagy egyéb kockázatoknak, mint az ESG.

A 2005 és 2015 között az S&P 500 indexen belül végbemenő 17 vállalati csődből 15 olyan cégeknél következett be, amelyeknek környezeti és vállalatirányítási politikája nagyon szegényes volt a csődöt megelőző 5 évben. A pénzügyi szempontok beépítésével a vállalati működésbe a csődök 90%-a elkerülhető lett volna.

A jó, tehát ESG-alapokon nyugvó vállalatok további előnye az is, hogy jó hitelbesorolást kapnak, ezáltal pedig kedvezőbb feltételekkel vehetnek fel hitelt, a becslés szerint a hitelkamatok ezen cégek esetében akár 2 százalékponttal is alacsonyabbak lehetnek.

Az utóbbi 6 évben látott, jelentősebb ESG-botrányok a nagy amerikai cégeknél összesen 534 milliárd dolláros veszteséget jelentett a piaci kapitalizációban.

Az ESG-portfóliómenedzserek vezető ESG-s döntési kritériuma a klímaváltozás egy felmérés szerint, ez azt jelenti, hogy 3 ezermilliárd dollárnyi ESG-eszköz esetében veszik figyelembe a klímaváltozási szempontokat a befektetési döntéseknél.

Ezeket a számokat és az ESG-alapok növekvő népszerűségét támasztja alá a SocGen friss elemzése is, e szerint:

A következő két évben az ESG-alapokban kezelt vagyon meghaladhatja az ezermilliárd dollárt. Az elmúlt három év során a környezeti, társadalmi és vállalatirányítási szempontok szerint befektető alapok kezelt vagyona több mint triplájára nőtt, október végén 683 milliárd dollárt kezeltek világszerte. Ezzel az ütemmel két év alatt meglehet az ezermilliárd is.

A befektetési alapok körében egyre elterjedtebb ez a szemlélet, különösképp a részvényalapoknál, miután ezek tartják az ESG-eszközök 72%-át.

A gyors növekedés ellenére az ESG-alapok még mindig csak egy kis részét teszik ki a globális befektetési alap piacnak az EPFR Global adatai szerint, átlagosan a teljes piac csupán 2,1%-át.

Régiós bontásban jól látszik, hogy az EU-ban és az USA-ban ugrásszerűen megnőtt az ESG-alapok vagyona, Amerika ugyanakkor sokkal később csatlakozott be a játékba, emiatt is van az, hogy az EU-ban az alapokban kezelt vagyon 6,6%-a, míg az USA-ban csupán 1,4%-át adják az ESG-befektetések.

Ettől még tény, hogy idén az első 10 hónapban annyi pénz áramlott ESG-alapokba, mint az utóbbi 10 évben összesen (kumulált nettó tőkebeáramlás). Ha pedig azt nézzük meg, hogy az utóbbi 12 hónapban mennyi pénz áramlott ezekbe a befektetésekbe, akkor az látszik, hogy az egy évvel korábbi kezelt vagyon közel 20%-áról beszélünk.

ESG-ALAPOK ITTHON

Milyen ESG-alapokat lehet venni Magyarországon?

Mindezek után nem csoda, hogy egyre több alapkezelő indít már a világon ESG-alapokat, és ez alól a magyar alapkezelők sem kivételek. Körbekérdeztünk a hazai alapkezelők körében azzal kapcsolatban, hogy melyik szolgáltatónál érhetőek már el vagy lesznek elérhetőek a közeljövőben ilyen típusú alapok, és, hogy mit lehet ezekről tudni. Jó hír a befektetőknek, hogy van miből válogatni, ezek között azonban van néhány alap, amelyek hazai elérhetővé tétele még folyamatban van.

Aegon Alapkezelő

Aegon Feltörekvő Piaci ESG Részvény Alap: ESG témájú befektetési alapjuk bevezetés alatt áll, de annyit elárultak az alappal kapcsolatban, hogy a fejlődő gazdaságok GDP növekedéséből kíván majd részesülni a környezeti, társadalmi és vállalatirányítási (ESG: environmental, social, governance) kritériumok figyelembevétele mellett. A pénzügyi tényezők elemzése mellett a portfólió menedzserek az egyedi vállalatok ESG szempontok szerinti megfelelését is vizsgálják majd, mint a környezeti, társadalmi és vállalatirányítási faktorokat.

Amundi Alapkezelő

Amundi Funds Multi-Asset Sustainable Future: ESG multi asset alap, mely stratégiája 32 éves múltra tekint vissza. Célja, hogy mind kötvény, mind részvény oldalról kizárólag "D" vagy annál jobb minősítésű vállalatok kötvényeibe és részvényeibe fektetve, minőségi portfóliót állítson össze - a jó hozamot szem előtt tartva.

Amundi Funds Global Ecology: Szigorú ESG kritériumok mentén, kizárólag "D" vagy annál jobb ESG minősítésű, erős gazdasági fundementumokon alapuló, jó kilátásokkal bíró vállalatok részvényeibe fektet.

CPR Invest - Climate Action: A cél, hogy szektortól függetlenül olyan vállalatokba fektessünk kizárólag, melyek az üzleti tevékenységük során nagy hangsúlyt fektetnek a globális felmelegedés lassítására és a saját szektoruk megújítására, környezetileg felelős gondolkodásra és technológiákra ösztönözve azt.

Ezek közül a Climate Action és a MASF már megvehető az UniCreditnél itthon.

Budapest Alapkezelő

Az alapkezelő kérdésünkre elmondta, hogy jelenleg nem rendelkezik ilyen típusú befektetési alappal, azonban folyamatosan vizsgálják a lehetőségeket.

Erste Alapkezelő

ESPA WWF Stock Environment: Az alap célja, hogy részesedést szerezzen a környezetvédelmi technológiai szektor vállalatainak növekedéséből. Az alap (2015.10.08-ig ERSTE WWF STOCK UMWELT néven szerepelt) vagyonát a környezetvédelmi szektorban tevékenykedő vállalatok részvényeibe fekteti be világszerte. A következő területekre fókuszál: vízgazdálkodás, hulladékgazdálkodás, megújuló energiaforrások, energiatakarékosság. Az Alap elsősorban egy általános részvényportfólió kiegészítésére alkalmas. Elérhető HUF és EUR devizanemekben.

Erste Responsible Stock America: Hosszútávú tőkenövekedést megcélzó részvényalap, amely vagyonát az észak-amerikai részvénytőzsdákba fekteti, a fenntarthatóságra összpontosítva. Elérhető USD és HUF devizanemekben.

Erste Responsible Stock Global (tervezés alatt): Olyan aktívan kezelt részvényalap, amely fenntarthatósági kritériumok betartását figyelembe véve fektet be globálisan. Az integratív megközelítés magába foglalja az összes fő fenntarthatósági elemzési eszközt.

Erste Responsible Stock Dividend (tervezés alatt): Olyan fenntarthatósági részvényalap, amely az osztalékra összpontosít és világszerte keres befektetési lehetőségeket. Az alap a kedvező osztalékhozamú nagy- és a közepes kapitalizációjú vállalatok részvényeire fókuszál.

K&H Alapkezelő

K&H fenntartható fejlődés vegyes alapok alapja: Az Alap befektetési célja, hogy a hazai befektetők számára könnyen és rugalmasan, akár már kis összeg befektetésével egy olyan vegyes, diverzifikált portfóliót tegyen elérhetővé, amely megfelel a hosszú távú fenntarthatóságot és társadalmi felelősségvállalást középpontba helyező fenntartható, az ún. SRI keretrendszernek (Socially Responsible Investments/Sustainable and Responsible Investing). Az Alap kizárólag az e feltételeknek megfelelő eszközöket; elsősorban kötvény és részvény típusú befektetéseket tart, ezáltal a fenntartható és felelős befektetések úttörő hazai képviselője. Az Alap pénzügyi célja a tőkenövekedés. A portfólió kötvényhányadát döntően egyedi kötvényeken, részvényhányadát teljes egészében a KBC AM NV és KBC AM SA által kezelt SRI kollektív befektetési formák által kibocsátott kollektív befektetési értékpapírjain keresztül valósítja meg az alapkezelő.

Az ESG-alapokon túl: előretörnek a tematikus alapok is

Az ESG-alapok mellett feltörőben vannak a tematikus alapok is. Ezek tematikájuktól függően lehetnek egyben ESG-alapok is, de fő jellemzőjük, hogy egy-egy nagyobb trendet, jövőt felforgató/átalakító folyamatot építenek be a portfólióba. Ilyen tematikus alapból is

többet találni már a magyar piacon, a válaszok alapján az alábbi szolgáltatóknál lehet keresni őket:

Aegon Alapkezelő

Aegon MegaTrend Részvény Befektetési Alapok Alapja: Az alap célja, hogy a gazdasági ciklusokon túlnyúló, olyan globális megatrendekből profitáljon, mint a demográfiai változások (öregedő társadalom, fejlődő piacok), az urbanizáció, a szűkös erőforrások következtében kialakuló hatékonyság növekedés (megújuló erőforrások, energia hatékonyság), valamint a technológiai újítások, innováció. Strukturális növekedési papírokat keres az alap - Ha a portfólió menedzserek növekedési potenciált látnak egy adott cégben, akkor befektetnek, még akkor is, ha árazási szempontból ez kevésbé indokolt. Nagy hozampotenciál van az alapban, ami nagy kockázattal is jár, így kockázatkedvelő befektetőknek ajánlják, akik szeretik a hosszú távú izgalmas témájú befektetési lehetőségeket.

Amundi Alapkezelő

CPR Invest - Global Disruptive: Az alap fő célja a legérdekesebb diszruptív vállalatokat megtalálni - melyek jelentős növekedési potenciál előtt állnak. 4 fő témakör mentén válogatnak: digitális gazdaság (digital economy), ipar 4.0, egészség- és orvostudomány, földünk jövője. Olyan cégek a célpontok, melyek felfogatják és megújítják a saját szektoraikat vagy épp új iparágat hoznak létre.

CPR Invest - Global Silver Age: Az idősödő társadalom velejárója a növekvő számú 65 év feletti fogyasztó. Ők a vagyonuk csúcsán vonulnak vissza a nyugdíjas korukat elérve, amikor elkezdenek költeni. Az őket kiszolgáló szektorok széles körét keresi az alap - érintve, de természetesen messze nem csak az orvostechnológiára és gyógyszeriparra koncentrálna. Keresnek vállalatokat az autóipartól kezdve az üdültetésen, lakberendezésen át egészen a hobbikat kiszolgáló vállalatokig.

CPR Invest - Climate Action: A cél, hogy szektortól függetlenül olyan vállalatokba fektessen kizárólag, melyek az üzleti tevékenységük során nagy hangsúlyt fektetnek a globális felmelegedés lassítására és a saját szektoruk megújítására, környezetileg felelős gondolkodásra és technológiákra ösztönözve azt.

Budapest Alapkezelő

A Budapest Alapkezelő az idei évben indította el NEXT alapcsaládját, amelynek tagjai különböző megatrendekre fókuszálnak. Az alapcsalád első tagjának, a Budapest NEXT Generáció Alapnak az a célja, hogy olyan cégek részvényeibe fektessen, amelyek profitálni tudnak a hosszú távon zajló globális demográfiai változásokból. Olyan fejlett és fejlődő országok cégeit keresi, amelyek haszonélvezői lehetnek a népességnövekedésnek, a középosztály bővülésének és a változó korösszetételű társadalomnak.

Erste Alapkezelő

ESPA Stock Techno: Az alap célja, hogy részesedést szerezzen a globális technológiai szektor vállalatainak növekedéséből. Az ESPA STOCK TECHNO Alap hosszú távú tőkenövekedést megcélzó alap, amely vagyonát a legjelentősebb technológiai vállalatokba fekteti világszerte. Az alap elsősorban egy általános részvényportfólió kiegészítésére alkalmas. Elérhető HUF és EUR devizanemekben.

ESPA Stock Biotech: Az alap célja, hogy részesedést szerezzen a biotechnológiai szektor vállalatainak növekedéséből. Az ESPA STOCK BIOTEC Alap a legjelentősebb biotechnológiai vállalatokba fektet, preferáltan az USA-ban. Az alap elsősorban egy általános részvényportfólió kiegészítésére alkalmas. Elérhető HUF és EUR devizanemekben.

ESPA WWF Stock Environment: Az alap célja, hogy részesedést szerezzen a környezetvédelmi technológiai szektor vállalatainak növekedéséből. Az ERSTE WWF STOCK ENVIRONMENT alap (2015.10.08-ig ERSTE WWF STOCK UMWELT néven szerepelt) vagyonát a környezetvédelmi szektorban tevékenykedő vállalatok részvényeibe

fekteti be világszerte. A következő területekre fókuszál: vízgazdálkodás, hulladékgazdálkodás, megújuló energiaforrások, energiatakarékosság. Az Alap elsősorban egy általános részvényportfólió kiegészítésére alkalmas. Elérhető HUF és EUR devizanemekben.

Generali Alapkezelő

Generali Innováció Részvény Alap: Az alap felgyorsult, változó világunk olyan dinamikusan növekvő vállalatainak részvényeibe kíván befektetni, melyek a közeljövő innovatív fejlesztéseit tartják szem előtt, elkötelezettek a technológiai áttörésekben, így folyamatosan alakítják és formálják életünket, jövőképünket. Kiemelt, nagy növekedési lehetőség előtt álló befektetési területek a teljesség igénye nélkül: IT/ kiberbiztonság és a magánszféránk (otthonunk, pénzügyeink) védelme; környezetkímélő járművek és mobilitás; Big Data, mesterséges intelligencia, robotika és automatizáció; a demográfiai trendekre valamint a klímaváltozásra adott innovatív válaszok. A technológia fejlődésének korábban sosem látott üteme garancia arra, hogy a legtöbb problémára, amit emberi korlátaink miatt ma még képtelenek vagyunk megválaszolni, előbb-utóbb megszületnek a megoldások, így befektetési szempontból az innovációban élenjáró társaságok értékpapírai a globális részvényindexek jövőbeni teljesítményét meghaladó hozampotenciállal rendelkezhetnek.

K&H Alapkezelő

K&H öko alapok alapja: Az alap célja, hogy a hazai befektetők számára elérhetővé tegye a társadalmilag felelős befektetéseket, kihasználva a K&H Bank anyavállalatának - a KBC Banknak - több évtizedes társadalmilag felelős befektetések terén elért tapasztalatát. Az Öko alap globális részvény alapként a következő témákban valósít meg befektetéseket: alternatív energia, energiahatékonyság, klímaváltozás kedvezőtlen hatásainak ellensúlyozása és a vízgazdálkodás. Az alapban nincs tőkeáttétel.

(Index 2019. november 30., szombat)

Hatósági engedéllyel szennyezik a szegedi Tisza-holtágot

A tiszai holtág kármentesítésre szorul, mert évtizedekig Szeged pöcegödreként használták. Nemrég elindult a több milliárd forintos program, de még mindig folyik bele határérték fölötti káros anyagot tartalmazó termálvíz. Pénteken, egy lakossági fórumon kiderült, hogy engedélye van az agrárcégnek, amelyik a vizet ide pumpálja.

„Most azonnal tiltsák be” – követelték többen is azokon a szegedi lakossági fórumokon, amelyeket pénteken, két helyszínen is tartottak a tiszai holtág kármentesítési programjának lebonyolítói. „Ki, és milyen hatósághoz fordulhat, hogy az agrárcég termálvizének szennyezését szüntessék meg?” – kérdezték többen is a fórumon jelen levő kormányhivatali szakemberektől és a projektet vezető vízügyi igazgatótól. Bizonytalan válaszokat kaptak a kérdezők, s bár szinte az összes hatóság jelen volt, éppen az engedélyt kiadó katasztrófavédelmi igazgatóság nem volt ott, a helyiek tüntetést terveznek.

A Szeged déli részén található, 18 kilométeres tiszai holtág egy szakasza súlyosan szennyezett, a káros anyagok forrásait már vagy két évtizede megszüntették, de máig maradt egyedülként a magas fenoltartalmú termálvíz. Alig egy hete írt a hvg.hu arról, hogy az évtizedeken át Szeged szennyvízgyűjtőjének használt holtág rehabilitációjára, első körben vízgazdálkodási projektként kaptak a vízügyesek kétmilliárd forintot, majd menet közben kiderült, hogy jóval súlyosabb a szennyezés az iszapban, ezért átsorolták a projektet a kármentesítési programba, dupla pénzt szánva a holtágra. Az átminősítés már egy évvel ezelőtt megtörtént, de a lakosokat nem tájékoztatták arról, hogy hol tart a program, milyen

szennyvezetékeket mutattak az újabb vizsgálatok, miként és főleg hol fogják az irdatlan mennyiségű szennyvíziszapot kezelni, letenni.

Ezért a városrészek civil szervezetei a saját szakállukra kutakodtak, szereztek meg dokumentumokat. Nyilván az előző, a vízgazdálkodási projekt adataihoz tudtak hozzájutni, ezekből derült ki, hogy a mederből kiemelt szennyvíziszapot a közvetlen közelükben tervezik kezelni, ez nagyjából 160 ezer köbméter szennyvíziszap elhelyezését jelenti, ami többszöröse annak a külföldinek, amit Székesfehérvárra szállítottak. A lakosok a jelenlegi projektről semmit nem tudtak, nőtt a feszültség.

Pénteken este talán ezért is szerveztek a projekt lebonyolítói egymás után két helyszínen fórumot. Mindkét helyen tömve volt a terem. A fórumon ott voltak a környezetvédelmi hatóság munkatársai, a vízügyi igazgató, és a tényfeltáráson és pilot teszten dolgozó Adept Enviro Kft szakemberei is. Ez utóbbiról írtuk legutóbb, hogy Mészáros Lőrinc testvére tulajdonába került májusban, majd szeptemberben nyerte el a négymilliárdos projekt 260 millió forintos, tényfeltárással kiírt közbeszerzését. Most kitettek magukért, három szakembert is küldtek a fórumra.

A szennyvíziszap marad, mert máshol nem fér el

A fórumon a céget olyan szakemberek képviselték, akik elismertek a szakmában, köztük például, Andó József, az MTA kandidátusa, aki a vörösiszap-katasztrófa utáni kármentés tényfeltárással is közreműködött. Andó a technológiát ismertette, amivel a gigamennyiségű szennyvíziszapot kezelnék majd. A végső technológiát egy pilot programban kísérleteznék ki: a holtág egy szakaszát vízmentesítenék, ebből emelnének ki kilencszer 100 köbméter iszapot, ezt egy-egy kazettában helyeznék el, majd a módszerek tesztelése után döntenék el, hogy melyiket alkalmazzák nagyban. A teszt helyszínét az ATIVIZIG jelöli majd ki, ehhez egy fél hektáros terület szükséges, az pedig egy további kérdés, hogy a maradék irdatlan mennyiséget hol tennék le. Azt leszögezték a szakemberek, hogy

Magyarországon nincs olyan méretű veszélyes hulladékkezelő, amely ezt képes lenne befogadni, így a helyieknek bele kellene nyugodniuk, hogy a környéken kell ezt megoldani.

„Márpedig itt nem lesz szennyvíziszap-kezelő” – állt fel egy fiatal nő, aki családjával néhány éve költözött a kertvárosba. Végül a szennyvíziszap tervezett lerakója mellett élőknek rendezett fórumon nem derült ki, hogy most a hallottak után belenyugodtak-e, hogy az iszapkezelő az ablakuk alatt lesz, de az itt is felmerült, hogy legalább a termálvíz befolyást szüntessék meg.

Engedéllyel szennyez

A másik fórumon, amelyet a „dögtisza” közvetlen partján élőknek szerveztek, a termálvízszennyezés került a középpontba. Évek óta kilincselnek az itt élők, hogy ezt a szennyező forrást szüntessék meg, ennek soha semmilyen eredménye nem lett. Most is mindenki lepasszolta a kérdést, így a vízügyi igazgató, a kármentesítéssel foglalkozó cég, de a kormányhivatal környezetvédelmi főosztályvezetője is.

„Mondja meg valaki, hogy kinek van joga kérni, hogy azonnal fejezze be a cég a szennyvezetést, és melyik hatóság felel ezért” – zárta volna rövidre a témát az egyik felszólaló. Nehezen, de jött a válasz a vízügyi igazgatótól, hogy 2013 óta a katasztrófavédelmi igazgatóságok hatáskörébe tartozik a vízjogi engedélyeztetés, így náluk kell kilincselni.

Pont ez a hatóság nem volt ott egyik fórumon sem.

A városrészek civil szervezetei azért már korábban is forgolódtak, így megtudták hivatalos úton is, hogy az agrárcég, a Floratom Kft ideiglenesen, a fenol megengedett határértékének többszörösére kapott engedélyt. Ez az engedély addig szól, amíg a projekt kivitelezése meg nem kezdődik. Ezt követően sincsenek arra tervek, hogy visszasajtoló kutat építene a társaság, hanem az uniós forrásból, a programra biztosított pénzből építenek majd vezetéket, amely a fenolos termálvizet a helyi szennyvíztisztítóba vezeti, vagy ha ide már nem fér, akkor a Tiszába.

A második, a „dögtisza”, vagy Feketevíz partján élőknek szervezett fórumra elmentek többen is az előző gyűlés résztvevői közül. Itt a két ellentétes érdekeltségű csoport közös forrponja a termálvízszennyezés volt. „Ha kell, a cég bejáratánál fogunk tiltakozni” – egyeztek meg a résztvevők. Egy fiatal vállalkozó, aki a rózsaszínű víz közvetlen partján lakik, arra próbált a jelenlévő szakemberektől választ kapni, hogy a fenoltartalom, amely a termálvízzel kerül a „kertjébe”, veszélyes-e a levegőbe párologva az egészségre. Nem kapott megnyugtató választ, az egyik szakértő azt mondta, hogy be kell mérteni, mert tényleg veszélyes lehet.

Az ideiglenes engedéllyel rendelkező agrárcég egyébként nemrégiben, konzorciumban a Zöldségtermesztési Kutató Intézet Zrt-vel, és a Neumann János Egyetemmel közösen nyert milliárdos pályázatot a stressztoleráns zöldségfajták nemesítésére. Korábban a hvg.hu is kereste az egyébként a hazai kertészetek egyik legjelentősebb cégének vezetőjét, hogy a visszasajtolásról kérdezzük. A vezérigazgató akkor azt mondta, hogy az alföldi porózus talajokba való visszasajtolás, lehetetlen. Közben Szegeden éppen zajlik az a beruházás, amellyel 27 ezer panellakás távfűtését állítják át termálvízre úgy, hogy visszasajtolókat is építenek.

Bárhogy is döntenek a tiszai holtág mellett élők, tüntetnek, vagy sem, pár hónap múlva, amikor vélhetően elkezdik a kármentesítő program kivitelezését, az engedélyt is bevonja a hatóság, amely eddig hagyta, hogy az amúgy is lepusztult holtágba beleeresszék a szennyezést.

(HVG 2019. november 30., szombat)

Ne vásárolj semmit!

A karácsonyi konzumőrület helyett a termékek javítását, 5-10 éves garanciát és a "tervezett elavulás" tiltását javasolják civil szervezetek.

A Black Friday örületre válaszul, a Ne Vásárolj Semmit! Nap keretében már a jövő évi "Black Friday akcióját" hirdeti meg a Magyar Természetvédők Szövetsége (MTVSZ) és a Fenntarthatóság Felé Egyesület (FFE) – közölte a két civil szervezet. Emellett követelik, hogy legyen tíz év garancia a 2020 őszén piacra kerülő termékekre, illetve addigra tiltsák be a „tervezett elavulást” is. A szeretet ünnepe előtti, valaha a fény születését váró adventi időszak mára a bolygónk tönkretételében kulcsszerepet játszó fogyasztási örületté vált – fogalmaznak. A Black Friday akciók során többnyire különféle elektronikai termékek – például okostelefonok, tabletek, számítógépek, televíziók vagy hűtők - beszerzése kapcsán „tapossák egymást az emberek”. Pedig lehet, hogy nem is lenne ezekre szükség. Nem kizárt, hogy az igényt csak az "akciók” és a reklámok keltik életre. Az elektronikai eszközök beszerzése érdekében más trükköket is bevetnek a gyártók. Ilyen a termékekbe „épített”, úgynevezett tervezett elavulás. Ennek jele, ha a számítógép épp egy héttel az amúgy is nagyon rövid garancia lejártá után romlik el, a mosógépet havonta kell javítani, a mobiltelefon lelassul, vagy az új tintapatron beszerelése után a nyomtató nem akar működni. Ilyenkor már érkeznek is a boltokba az „újabb”, „divatosabb” készülékek. Pedig a tervezett elavulás miatt az „akciósan” megvásárolt eszközök, telefonok hosszú távon valójában drágák. Sokszor ugyanis másfél-kétévente arra kényszerülünk, hogy újabb és újabb okostelefont vagy más elektronikai eszközt vegyünk. Ez nem csak a pénztárcánkat terheli meg, de az új készülékek előállítása komoly környezetterheléssel is jár. A két civil szervezet ezért azt kéri, ne dőljenek be az emberek a Black Friday akciós reklámjainak: inkább csatlakozzanak a Ne Vásárolj Semmit! Naphoz. Így ahelyett, hogy az üzletekbe sietnének, dőljenek hátra, és gondolkodjanak el, tényleg szükségük van-e az adott termékre – idézik

Éger Ákost, az MTVSZ ügyvezető elnökét. Környezeti szempontból az a legjobb megoldás, ha igyekszünk meghosszabbítani az elektronikai eszközeink életét. Amit lehet, próbáljunk megjavítani, -javíttatni. Ha pedig mégis a vásárlás mellett döntünk, próbáljunk felújított eszközöket vásárolni, lehetőleg legalább három év garanciával. Ha új terméket veszünk, akkor is keressünk olyat, amelyhez legalább 3, vagy akár 5 év garancia jár – teszi hozzá Fidrich Róbert, az FFE programfelelőse. A tervezett elavulás betiltásáért folytatott, illetve a tartós, hosszú életű termékek melletti küzdelem jegyében az MTVSZ és az FFE törvénymódosítást kezdeményez. Ebben javasolják a tartós fogyasztási cikkek fokozatos, először 5, majd 10 éves jótállási idejének előírását. Emellett pénzbírságot, vagy akár börtönbüntetést is szükségesnek tartanak arra a gyártóra, amely szándékosan tervezett elavulással építi meg készülékeit. Így már most meghirdetik a jövő évi „Black Friday akciójukat” annak érdekében, hogy egy év múlva az okostelefonokat már 5 év garanciával, a tartós fogyasztási cikket pedig 10 év garanciával lehessen vásárolni – összegezte Fidrich Róbert.

Franciaországban keresztes hadjáratot indítottak a vásárlási láz ellen. Parlamenti képviselők törvényben tiltanak be az akció reklámozását. A parlamenti szakbizottság nagy többséggel továbbengedte a képviselők beadványát. Elsősorban a hatalmas környezeti szennyezésnek akarnak gátat szabni, amit generál. "Tavaly az internetes vásárlások miatti csomagküldés a tízszeresére nőtt, ami a szállítás révén az üvegházhatást erősíti. A másik gond a fogyasztók tömeges megtévesztése hamis reklámokkal" - mondta Delphine Batho korábbi környezetvédelmi miniszter, aki jelenleg zöldpárti parlamenti képviselő. "Ma reggel kiskereskedőkkel találkoztam, akik azt mondták, hogy ők ezzel a nappal egyáltalán nem nyernek. Tudják, hogy mindez kizárólag az internetes óriáscégek javát szolgálja, de ennek ellenére ők is kénytelenek beszállni a versenybe" - közölte a francia zöldpárti képviselő. Olaszországból és Németországból is hallani tiltakozásokat.

(Népszava 2019. november 30., szombat)

FVA heti sajtószemle összeállítás XII. évfolyam, 48. hét

Főbb témák: Fogyasztóvédelem, környezetvédelem, egészségügy, energia, élelmiszer-biztonság, vásárlás, szolgáltatás, pénzügyek, utazás, érdekvédelem.

Fogyasztóvédő Alapítvány - <https://fogyasztovedelem.hu/>

Üzenőfal: https://fogyasztovedelem.hu/Varia_x/uzeno.htm

Sajtószemle: https://www.fogyasztovedelem.hu/Varia_x/sajto.htm (Hír-Adás.)