

## Lapszemle

2010. 40. hét

### **Munkában a GVH**

A Vodafone-t a napokban 60 millió forint bírság megfizetésére kötelezte a GVH az Internet Basic féláras mobilinternet-csomagról adott tájékoztatásával kapcsolatban, amelyben szerintük tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott. Ötmillió bírságot kapott a L'Oréal Magyarország Kozmetikai Kft., jogszabályba ütközőnek tartották a Vichy Liftactiv CxP, Revitalift és a Vichy Cellu Metric termékeinek bizonyos reklámszövegeit. A Lyonessre egymillió forint bírságot szabott ki a GVH a fogyasztók nem teljes körű tájékoztatása miatt. (október 3. Vasárnap Reggel 2.o.)

### **Átverés volt a „Többet ésszel”**

Pszichés nyomással, sürgető hangeffektekkel, hamis információkkal vették rá az embereket az emelt díjas betelefonálásra a Többet ésszel című televíziós játék műsorvezetői. A jogsértő magatartásért a Gazdasági Versenyhivatal 10 millió forint bírság megfizetésére kötelezte a vállalkozást. A TeleMedia InteracTV Produkciós Kft. az ATV televíziós csatornán a „Többet ésszel” elnevezésű játék kapcsán a hivatal szerint agresszív, tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot valósított meg. A fogyasztók 375 forintos hívással kerülhettek műsorba, ami nem garantálta a műsorba kapcsolást, nem jutott minden telefonáló adásba, ugyanakkor minden hívást kiszámláztak. A feladvány általában első ránézésre nagyon egyszerűnek tűnt, azonban több lehetséges megoldása volt. Folyamatos volt a sürgetés, állandó utalás a játékidő közeledő lejártára, hogy a játék még öt percig tart, miközben ténylegesen még további húsz percig tartott. A GVH vizsgálata szerint ráadásul ez különösen veszélyes sok játékfüggő nézőre, akik egy hónapban több száz hívást kezdeményeztek a műsorba, miközben ezek töredéke hozott nyereményt. (október 3. Vasárnap Reggel 2.o.)

### **Hamis akciók, eltüntetett árak a boltokban**

Két fő csoportba sorolhatók a kereskedelmi láncokkal kapcsolatos panaszok a szakhatóságok tapasztalatai szerint. A legtöbb szabálytalanságot az árak feltüntetésénél mutatta ki a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság. A legjellemzőbb szabálysértés - a vizsgált esetek 71 százalékánál - nem más, mint az árcímke teljes hiánya. Az akciós árak vizsgálatakor az átvilágított boltok 14 százalékánál derültek ki jogsértések. A legtöbb kifogás - 56 százalékos arányban - az élelmiszerekre jellemző. Zenisek Andreának, a Gazdasági Versenyhivatal kommunikációs csoportvezetőjének tájékoztatása szerint a múlt év vizsgálatai a kereskedelemben két fő problémát mutattak ki. Az egyik szintén az árkedvezményekkel kapcsolatos tájékoztatás hiánya, illetve az is előfordul, hogy az akciós termékek már akkor elfogynak, amikor odaérnek a vásárlók. Legtöbbször azért, mert eleve kevés leértékelt terméket helyeznek ki az üzletek. Eljárás abban az esetben indítható, ha az akciósan meghirdetett áru egyáltalán nem áll rendelkezésre, vagy irreálisan alacsony mennyiségben érhető el az akció elején, ezen belül is kiemelten az első három napban. Nem számít hibának ugyanakkor, ha már az akció végső időpontja előtt elfogy az adott termék. A hamis akciózás mellett jogsértésnek számít, ha az akciós címkéken áthúzva feltüntetett „eredeti” árat korábban egyáltalán nem, esetleg csak átmeneti jelleggel, illetve nem feltétlenül az akció előtt alkalmazta a kereskedő. (*Magyar Nemzet 12.o.*)

## **Jelentős bírság a Groupamának**

Szokatlanul magas, tízmillió forintos bírságot szabott ki a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete a Groupama Garancia Biztosítóra, indoklása szerint azért, mert a társaság több területen is vétett. Hibát találtak például a kötelező gépjármű-felelősségbiztosítás adatfeldolgozási rendszerében, a díjhátralékok és a kártörténeti igazolások kezelésében. Az ezzel kapcsolatban megtett intézkedésekről november elsejéig kell beszámolniuk. A Groupamának emellett a PSZÁF határozta szerint december 1-jéig kell számot adnia - többek között - arról, hogy milyen intézkedéseket tett a befektetési egységekhez kötött életbiztosításokhoz kapcsolódó hozamgarancia biztosítékainak megteremtése érdekében. Nem biztos, hogy a társaságot terhelő büntetés nem nő majd tovább, a PSZÁF ugyanis rögzítette: külön eljárásban vizsgálja, hogy a biztosító tevékenysége fogyasztóvédelmi szempontból megfelel-e a jogszabályi előírásoknak. A Groupama a határozatra reagálva közölte: a feltárt problémák a korábbi informatikai rendszerek integrációjából, valamint azok átalakításából, fejlesztéséből erednek, melyek megoldásán a biztosító szakemberei a felügyeleti állásfoglalástól függetlenül dolgoznak már. *(Napi Gazdaság 8.o.)*

## **Pénzt is kapnak a szolgálatok a panaszügyekhez**

Lakossági tájékoztatót tesz közzé az ÁNTSZ, hogy jelezze: átvette a betegellátással kapcsolatos, eddig lezáratlan ügyeket a nemrég megszüntetett Egészségbiztosítási Felügyeletről. A hatóság pénzt és szakembert is kap az ügyek befejezéséhez. *(Magyar Hírlap 2.o.)*

## **Nincs gázáregyezség**

A kormánynak egyik beígért határidőre sem sikerült megállapodnia a szolgáltatókkal a gázárrendszerről. Az ügy jelen állás szerint leginkább a kormány külföldnek szóló kommunikációs üzeneteként értelmezhető. Ami eddig történt: júliustól befagyasztották a lakossági gáz- és áramtarifákat. Fellegi Tamás szakminiszter ugyanakkor az ellenlobbi vitorlájából azzal próbálta kifogni a szelet, hogy nyilvánosan tárgyalásokat kezdeményezett a gázszolgáltatókkal egy új, méltányos tarifarendszer kidolgozásáról. Júniusi első - s eddig egyetlen - kormányzóvivői sajtótájékoztatóján a miniszter ama várakozásának adott hangot, hogy az őszi szezon előtt lezárhatják a tárgyalásokat. Most október közepi határidőt emlegetnek. - Ha valakit mindig a víz alá nyomnak, egy idő után felötlik benne, hogy ez az állapot meddig tartható - választa az ártárgyalásokkal kapcsolatos érzéseit Csiba Péter, az Égáz- Dégáz szolgáltató, valamint a gázalapú Dunamenti Erőmű mögött álló, francia hátterű GDF Suez Energia Magyarország Zrt. vezérigazgatója. Számukra nehezen elviselhető, hogy immáron rendszeresen elmaradnak a negyedéves áremelések. A külföldi befektetők nagyon sok pénzt költöttek el Magyarországon, így természetes, hogy keresik a megegyezést - tette hozzá. *(október 5. Népszabadság 10.o.)*

## **Magyarként hirdetett német sajtót a Spar**

Bejelentést tett a Tej Terméktanács a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatósághoz, mert a szervezet szerint a Spar Magyarország Kereskedelmi Kft. „magyar logóval” hirdette akciós újságjában a német cheeseland sajtót. A Spar logója - állítja a TT - a vásárlókat arról tájékoztatta, hogy a termék Magyarországról származott, ráadásul az áruház a sajtót akciós áron kínálta. Így magatartása alkalmas volt arra, hogy megtévessze a fogyasztókat. Mivel a kifogásolt reklám nagyobb terjedelemben jelent meg, a fogyasztóvédelmi hatóság a közeljövőben várhatóan a Gazdasági Versenyhivatalnak adja át az ügyet tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat gyanúja miatt. - A cheeseland sajtót egy magyarországi telephelyű vállalkozás forgalmazza, amely itt fizet adót, és hazai munkaerőt foglalkoztat - reagált Laber Zsuzsa, a Spar kommunikációs vezetője. Az üzletlánc a beszállító céggel egyeztetve, a termékben megjelenő hozzáadott érték alapján állapította meg, hogy a sajtó magyar terméknek minősül. A kommunikációs vezető leszögezte: a Spar az

áruházláncok közül a legerőteljesebben törekszik arra, hogy a megfelelő árérték arányú magyar árukat részesítse előnyben, ne pedig külföldi, esetleg rosszabb minőségű termékeket szállítson a hazai piacra nagy távolságokról. Sajnálatos, ha a Spar szándékait egyesek másként értelmezik - fogalmazott Laber Zsuzsa. (október 6. *Világgazdaság* 8.o.)

### **Tiltakozás**

A fogyasztóvédők szerint kérdéses, hogy valóban lesz-e egyeztetés a civil szervezetekkel a jogszabályok előkészítésében, ugyanis az erről szóló törvény tervezete szerint a közvetlen egyeztetés csupán lehetőség, de nem kötelező. (*Napi Gazdaság* 7.o.)

### **Tiszta versenyt vár el a felügyelet**

A jövő évi tarifák hónap végi közlésével elstartol az idei kötelező gépjármű-felelősségbiztosítási kampány. A pénzügyi felügyelet szerint élénk versenyre, a jogszabályi előírások változása miatt pedig a tavalyinál több váltóra lehet számítani. Jövő januártól az eddigi hengerűrtartalom helyett a motorok teljesítményét kell figyelembe venni, ám mivel a kettő között nincs szoros kapcsolat, várhatóan a díjak az eddiginél jobban szóródnak majd, amely növelheti az átkötési hajlandóságot - hangzott el a PSZÁF tegnapi tájékoztatóján. Részben a fokozott verseny miatt a PSZÁF egy vezetői körlevélben foglalta össze, hogy mit vár el a biztosítóktól annak érdekében, hogy biztosítva lássa az autósok szabad váltását, illetve a tarifák átláthatóságát, kiszámíthatóságát. A felügyelet emellett tíz pontban összefoglalta azokat az eseteket, amelyek az elmúlt években a megfogalmazott célok ellen hatottak, s amelyeket az idei kampányban nem szeretne viszontlátni. (okt. 8. *Népszabadság* 11.o.)

### **Növekedett a napi bevásárlás a Coop üzletekben**

A Coop Csoport aktuális üzletpolitikájában egyértelműen a fejlődés mellett száll síkra, ami tovább erősítheti piaci helyzetüket. Az idei nagyszabású boltmegújítási programon túl, változatlanul hangsúlyos a minőségi termékek - ezen belül is a minél több magyar alapanyagú és gyártású árucikkek - forgalmazása a korszerű Coop üzletekben - nyilatkozta Murányi László, a Co-op Hungary Zrt. vezérigazgatója. Az idei, eddigi összesítések alapján - országos átlagban - három-négy százalékos mutatót mutat a kereskedelmi ágazat visszaesése, ami elsődlegesen abban mutatkozik meg, hogy a vevők megfontoltabban költenek: lényegesen kevesebb használati cikket, illetve nagyobb értékű terméket vásárolnak. A forgalomcsökkenés azonban a gyorsan fogyó, napi áruk körét nem vagy kevésbé érinti, ez a Coop üzletekre különösen érvényes, hiszen erősödött e termékkörök forgalma. Az elmúlt csaknem két évben a Co-op Hungary Zrt. érdekeltségeibe tartozó kiskereskedelmi üzletek és termelővállalkozások tagjai körében felértékelődött az a több évtizedes kapcsolati tőke, amelyben hangsúlyos a partneri együttműködés. - A piaci nehézségek közepette arra törekedtünk, hogy tagvállalatainknak minél kevesebb megpróbáltatást okozzon a gazdasági válság miatti forgalomcsökkenés. Ám senkit sem áltattunk, hiszen e válságra 100 százalékos választ a Coop Csoport sem tud adni. Üzletpolitikánk részeként a másfél évtizede kialakult erősségeinket próbáltuk hangsúlyozni - mondta Csepeli Lajos, a cégcsoport Igazgatóságának elnöke. A Coop Csoport üzleti koncepcióját, cégfilozófiáját, aktuális céljait, illetve azok megvalósításait tekintve a Coop Győr Zrt. jó példát mutat, hiszen nemcsak a kiskereskedelmi egységek hálózatfejlesztésében jár az élen, hanem abban is, hogy számos olyan vállalkozásban érdekelt, amelyek az üzletek jó minőségű, napi frissáru-ellátását teszik lehetővé. A megelőző évek hálózatfejlesztési koncepciójának eredményeként a Coop Győrt jelenleg 38 - közülük egy Szuper, öt Maxi, 30 Coop és kettő Mini - kiskereskedelmi egység alkotja. Az üzletek többsége Győr város területén, illetve a város vonzáskörzetében lévő 30 településen helyezkedik el. (*Népszabadság* - V. Coop Rally 2.o., **A válság összekovácsolta a partnereinket** *Népszabadság* - V. Coop Rally 3.o., **Folyamatos az új arculatra váltás a Coop Győr üzleteiben** *Népszabadság* - V. Coop Rally 4.o.)