

Árubemutatók a gyakorlatban



1. Potenciális érdeklődők megkeresése

- A szórólapos invitálás eltűnőben van, helyette telefonon hívják a potenciális vásárlókat. Az árubemutatók fő célcsoportját az időskorú nyugdíjas, betegségekkel küzdő lehetséges vásárlók jelentik.



2. Bemutatók helyszínei

-2016-tól az árubemutatókról szóló szigorú szabályokat a cégek úgy kívánják elkerülni, hogy ezeket a rendezvényeket bejelentett, **orvosi rendelőnek kinéző üzletben** tartják meg, így megfosztják a fogyasztót az elállási jogtól. Ezen túl bemutatókat tartanak még **üzlethelyiségen kívül** például: étterem, kultúrház, szálloda. Új jelenségként **magánlakásokon** is tartanak, amely az idősek sérelmére elkövetett bűncselekmények miatt komoly veszélyt jelent. Ez utóbbi két típusú helyen szervezett bemutató esetén a fogyasztót megilleti a 14 napos elállási jog.



3. Az érdeklődők „szűrővizsgálata”

- A fogyasztóvédelmi hatóság által lefolytatott ellenőrzések tapasztalatai alapján elmondható, hogy jelenleg az árubemutatóval egybekötött termékértékesítést végző vállalkozások körében a legelterjedtebb gyakorlat, hogy a bemutatókat úgynevezett „ingyenes állapotfelmérésként”, „egészségügyi szűrővizsgálatként”, „egészségnapként” stb. hirdetik meg, az említett időskorú célcsoportra tekintettel. A „szűrővizsgálatokat” általában olyan személyek végzik, akik orvosnak adják ki magukat, ilyen végzettség nélkül.



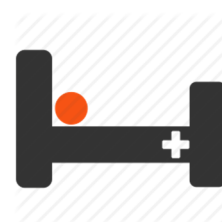
4. A kapott eredmények „kiértékelése”

- Az ingyenes egészségügyi szűrést követően, **a mérési adatok kiértékelése után** – a rendkívül rossz értékekre, a fogyasztók rossz egészségi állapotára hivatkozva – a „probléma megoldását jelentő” **terméket kínálnak** a jellemzően idősebb korosztályhoz tartozó fogyasztók részére.



5. A termék bemutatása

- A következő lépés a termékek bemutatása, a termék „jó” tulajdonságainak részletezése, nem egy esetben beépített vagy magát orvosnak kiadó személy bevonásával, aki saját magán kívánja bemutatni a termék „csodás” gyógyhatását, állapotjavító hatását, ezzel is vásárlásra buzdítva a résztvevőket.



6. A termék árának a kifizetése

-2016 előtt a szervezők a helyszínen – hitelközvetítőkként – nyomban fogyasztási hitelszerződéseket kötöttek.
- Ma már a készpénzes fizetés jellemző, illetve a vállalkozás felajánlja, hogy **saját gépkocsiján bankba, bankautomatához kíséri vagy hazaszállítja a vásárlót**, aki a lakásán fizetheti ki a terméket.



7. A vásárlás után

- Az ellenőrzési tapasztalatok alapján egyértelműen megállapítható, hogy a cégek csak az értékesítésről szóló szerződés megkötéséig, illetve a termék átadásáig készségesek. Később, amikor érkeznek a jelentős összegű törlesztési csekkek és a vásárló szeretne a terméktől és a hiteltől megszabadulni, akkor a cég már elérhetetlenné válik.



8. Mit tud tenni a fogyasztó?

- Javasoljuk, hogy a fogyasztó üzleten kívüli értékesítés esetén a vételtől számított 14 napon belül éljen az az elállási jogával. Ha ez nem vezet eredményre, akkor forduljon a fogyasztóvédelmi hatósághoz, hatósági eljárás indítása céljából, ahol segítséget kaphat az egyedi igénye érvényesítéséhez szükséges békéltető testületi eljárás megindításához is. Javasoljuk továbbá a rendőrség felkeresését is, ahol fogyasztók megtévesztése, vagy kuruzslás miatt tehetnek feljelentést.

9. A fogyasztóvédelmi ellenőrzések tapasztalatai

- A fogyasztóvédelmi hatóság által 2017-ben végzett ellenőrzés első időszakában összesen **19 esetben** végeztek helyszíni hatósági ellenőrzést. *A szabályozás megelőzően az árubemutatókkal kapcsolatban a fogyasztóvédelmi hatóság munkatársai 2015-ben éves szinten 180 hatósági ellenőrzést végeztek.* Ezek az eredmények is mutatják ezen jelenség visszaszorulását, egyre csökken ugyanis a fogyasztóvédelmi hatóság által ellenőrzés alá vonható bemutatók száma.

- Az eredményes fellépés következménye, hogy míg 2015-ben az árubemutatós cégekkel szemben átlagosan havi 43 panasz érkezett, 2016-ban 26 panasz, addig 2017-ben ez a szám átlagosan havi 13-ra csökkent.

10. Együttműködéssel az árubemutatókkal szemben

- Az árubemutatókkal szembeni eredményes fellépés érdekében az NFM Fogyasztóvédelemért Felelős Helyettes Államtitkársága által kidolgozott **árubemutató akcióterv** kerül megvalósításra.

- A fogyasztóvédelmi hatóság, a békéltető testületek, illetve a rendőrség együttműködésével eredményesen fel lehet lépni az árubemutatós cégek tevékenységével szemben.

- Az akcióterv alapján, tehát más tárcák és hatóságok is bevonásra kerülnek ezen témakör kezelése érdekében. Az árubemutatók ellenőrzését a fogyasztóvédelmi hatóság a társszervekkel együtt (népegészségügy, munkavédelem, munkaügy, NAV) folytatja le.