



## Röviden az árubemutatókról

*Minden bizonnyal Önök is hallottak az árubemutatós kirándulásokról, esetleg részt vettek árubemutatós cég által szervezett „ingyenes” egészségügyi szűrővizsgálatokon, amelynek a célja a valamilyen „csodás” tulajdonsággal, „gyógyhatással” bíró túlárazott termék megvásárlására rábírás volt. Az ilyen vásárlások után a vevők nagy többsége becsapottnak érzi magát. A felesleges bosszúságok, nagyobb problémák elkerülése érdekében kérjük, hogy fogadják meg tanácsainkat.*



Az árubemutatók egyik célközönségét az idős, nyugdíjas korú, betegséggel küzdő emberek jelentik. Az árubemutatós tevékenységet folytató vállalkozások a korábbi években jellemzően postaládákba elhelyezett szórólapokkal invitálták az érdeklődőket az előadás helyszínére. A szórólapokon a termékbemutatót általában kirándulásokkal, vonzó programmal és ebédrel kötötték össze. A részvételért cserébe még apró ajándékokat is adtak. A szervező cégek a legtöbb esetben magányos időseket, nyugdíjasokat céloztak meg, akik a kirándulás miatt úgy érezték, hogy „hálával” tartoznak és olyan – többnyire magas áron kínált – termékeket vásároltak meg a helyszínen közvetített hitelből, amelyekre valójában nem is volt szükségük. Az ilyen bemutatókat rendszerint éttermekben, fogadóknak, kultúrházakban tartották meg. Az előadás alkalmával többnyire nem tisztességes módszereket – pl.: a termék gyógyhatására vonatkozó tisztességtelen tájékoztatást – alkalmazva bemutatóra kerülnek az értékesíteni kívánt, meglehetősen drága, a gyakorlatban semmilyen gyógyhatással nem rendelkező termékek. **Az ilyen külső helyszíneken vásárolt termékek esetében a jogszabály lehetővé teszi a vevő részére, hogy 14 napon belül elálljon a szerződéstől, vagyis visszadja a terméket a vállalkozásnak és visszakapja a termék árát.**

Az árubemutatókról szóló, 2015 decemberében elfogadott törvénymódosítás három lépcsőben kezelte a kérdéskört: az ingyenes juttatás reklámja tilalmával, ügyfélszolgálati előírások bevezetésével és a bemutatókon a hitelközvetítés lehetőségének a megszüntetésével. Az árubemutatókra vonatkozó jogszabályi szigorítások miatt a jellemzően szórólapokon hirdetett külső, üzleten kívül szervezett bemutatók száma lecsökkent. Az árubemutatós cégek a jogszabályi szigorítások miatt, a megváltozott körülményekhez alkalmazkodva a meghirdetett bemutatókat ma már elegáns magánorvosi rendelőknek kinéző, bejelentett üzletekben tartják. Az árubemutatók szervezői jelenleg leginkább telefonon keresik meg az érdeklődőket, vagy személyre szóló meghívót postáznak. A telefonszámokat, címeket korábbi bemutatókról, ismerősöktől, a hatóságok által nem ismert módon szerzik be a vállalkozások.





Használatosak olyan meghívók is, amelyek rejtvényt tartalmaznak, és a helyes megfejtést be-  
küldőknek ajándékot ígérnek. Előfordult, hogy a fogyasztót azzal keresték fel telefonon, hogy  
elmulasztotta visszaküldeni a neki címzett kérdőívet, ezért be kell fáradnia a megadott címre,  
hogy pótolja a kérdőív kitöltését.



A bemutatókat az utóbbi időben többnyire „szűrővizsgá-  
latként”, „egészségnapként”, „ingyenes állapotfelmérés-  
ként” hirdetik meg. Az ilyen jellegű üzletek kialakítása,  
valamint a fehér köpenybe öltözött alkalmazottak szintén  
a fogyasztók megtévesztését szolgálják, mivel a bemuta-  
tókön közreműködő személyek nemhogy orvosi, hanem  
egyéb egészségügyi végzettséggel sem rendelkeznek. Az  
„egészségügyi vizsgálat” mindig nagyon rossz ered-  
ményt állapít meg, és jellemzően erősen túlárzott ter-  
méket kínál megvétele, amely a vizsgálat során feltárt

problémákra nyújt megoldást. Természetesen minden esetben kihangsúlyozzák a termékek  
egészségre gyakorolt, pozitív tulajdonságait, melyet a  
későbbiekben már nem tudnak bizonyítani. Az árube-  
mutatók során az érdeklődőknek különböző lézertera-  
piás készülékeket, lézeres agystimulátort, alvásrend-  
szereket (takaró, párna, derékalj), inframatracokat,  
ionizátorokat, segélyhívó okosórákat kínálnak megvé-  
telre. Az esetek többségében az sem jelent akadályt,  
hogy nincs készpénz a fogyasztónál. Előfordul, hogy  
ilyen esetekben a vállalkozás felajánlja, hogy saját  
gépkocsiján bankba, bankautomatához kíséri vagy ha-  
zaszállítja a vásárlót, aki a lakásán fizetheti ki a termék – általában többszáz ezer forintos –  
vételárát, ami a beszerzési ár többszöröse is lehet.



Nagyon fontos különbség a külső helyszínen végzett értékesítéshez képest, hogy az üzletben  
végzett kereskedelmi tevékenység esetén a vásárlót nem illeti meg a fentiekben említett elár-  
lási jog, tehát a kereskedő nem köteles a termék visszavételére és a vételár visszatérítésére.

**Kérjük, hogy a fentiek alapján ne dőljenek be a hangzatos ígéreteknek, magabiztos elő-  
adóknak. Az ilyen „vizsgálat”-ot követően megvett terméktől nem várhatnak gyó-  
gyulást, vagy az egészségi állapot javulását. Bármilyen egészségügyi probléma esetén  
forduljanak inkább házi orvosukhoz.**

## Mit a tehet vevő, ha mégis megtörtént a vásárlás?

**A vásárlást követően kérjük, hogy minden esetben forduljanak a fogyasztóvédelmi ható-  
sághoz, amely 2017-től lakóhely szerinti járási hivatalokat jelenti. A járási hivatalokban  
a hatósági eljárás megindításán túl az egyedi igényérvényesítéshez szükséges békéltető  
testületi gyors és ingyenes eljárása megindításához is tudnak segítséget nyújtani. Java-  
soljuk továbbá a rendőrség felkeresését is, ahol fogyasztók megtévesztése, vagy kuruzs-  
lás miatt tehetnek feljelentést.**

Forrás: <http://www.fogyasztovedelem.kormany.hu/termekbemutato>  
Képek: internet