

KUNÉVA EURÓPAI BIZTOS – KÖSZÖNTŐ
AZ INFORMÁCIÓS KAMPÁNY ELINDÍTÁSAKOR TARTOTT SAJTÓTÁJÉKOZTATÓ
BUDAPEST – 2007. OKTÓBER 11.

Kedves barátaim, és kedves újságírók!

Örvendek, hogy ismét itt lehetek Önök között a gyönyörű Budapesten.

Amikor utoljára februárban Budapesten jártam, bemutattam elképzeléseimet egy olyan európai uniós piacról, ahol a fogyasztók nagyon sokféle termék és szolgáltatás közül választhatnak, és bizalommal vásárolhatnak függetlenül attól, hogy ezt a budai sarki fűszeresnél vagy egy dániai weboldalon teszik-e.

Ezenkívül ígéretet tettem arra is, hogy az EU aktívan hozzá fog járulni ezen elképzelés megvalósításához, és ma azért vagyok itt, hogy beváltsam ígéretemet.

Mióta Magyarország 2004-ben csatlakozott az Európai Unióhoz – saját országomhoz, Bulgáriához hasonlóan –, egyre inkább látta, hogy milyen előnyökkel jár a kibővült Európa részének lenni, és egyre gyakrabban találkozott a gazdasági integráció kihívásaival. De valójában mit jelent a magyarok számára az uniós tagság? Mennyiben befolyásolja, vagy befolyásolhatja ez mindennapjaikat?

Remélem, hogy mai látogatásom bebizonyítja, hogy az EU foglalkozik polgáraival. Azt, hogy védjük a fogyasztókat, erősítjük helyzetüket, illetve hogy nem csak jogszabályokat, előírásokat és szabályokat hozunk létre, hanem elősegítjük azt is, hogy azok a gyakorlatban működjenek.

Az uniós jogszabályok mind hazájukban, mind pedig az Európai Unió más országaiban jogokkal ruházzák fel a magyar fogyasztókat. A jogszabályalkotás azonban csak egy lépés a fogyasztók helyzetének erősítése felé.

Ahhoz, hogy a magyar fogyasztók e jogokkal a gyakorlatban is élhessenek, ismerniük kell jogaikat, rendszeresen fel kell hívni figyelmüket azokra, és tudniuk kell, hová fordulhatnak további tájékoztatásért és tanácsért.

Idén májusban tanulmányt készítettünk Magyarországon, amelynek eredményei a következők:

- a 25 és 45 év közötti magyar fogyasztók 50%-a nem tudta, milyen jogok illetik meg őket, ha a megvásárolt készülék nem működik megfelelően
- 60%-uk azt állítja, hogy nem tudja, milyen jogokkal élhet a mosógép- vagy autóvásárlás céljából igényelt hitel felvételekor
- mintegy 70%-uk nem ismeri az online vásárlás során fennálló jogait
- és mindenekelőtt túlnyomó többségük többet szeretne tudni fogyasztói jogairól.

A ma elindított kampány ezért *elsősorban* tájékoztatni kívánja a magyar fogyasztókat jogaikról.

Az EU valamennyi országában, és különösen az EU-hoz nemrégiben csatlakozott tagállamokban szerzett tapasztalatok azt mutatják, hogy folyamatosan szükség van tájékoztatásra, és az EU támogatni és erősíteni tudja a nemzeti erőfeszítéseket.

A Magyarországon végzett kutatás azt is mutatja, hogy kibontakozóban van az a fogyasztói magatartás, hogy a fogyasztók élnek jogaikkal.

Ez a kampány arra kívánja ösztönözni a magyarokat, hogy tájékozottabb és öntudatosabb fogyasztók legyenek, olyan talpraesett fogyasztók, akik tudatosan keresik és megtalálják a számukra legkedvezőbb ajánlatokat a nyílt piacon, és emellett ismerik jogaikat és elég magabiztosak ahhoz, hogy éljenek velük.

Egy ilyen fogyasztó tudja, hogy

- ha hitelt akar felvenni mosógép- vagy autóvásárlás céljából, akkor össze kell hasonlítania a különböző hitelajánlatokban szereplő éves kamatot ahhoz, hogy megtalálja az olcsóbb lehetőséget;

– ha egy interneten vásárolt termék nem tetszik neki a kézhezvételnél, akkor Magyarországon nyolc, a többi EU-országban legalább hét napon belül visszaléphet a vásárlástól és visszakaphatja pénzét;

- ha egy újonnan vásárolt készülék nem működik megfelelően, a boltban, ahol a fogyasztó vásárolta a terméket, meg kell javíttatnia vagy ki kell cserélnie azt.

A tapasztalat EU-szerte azt mutatja, hogy a fogyasztóvédelmi egyesületeknek döntő szerepük van annak elősegítésében, hogy a fogyasztók hatékonyan élhessenek jogaikkal, és erősödjön a fogyasztói bizalom.

A kampány célja ennél fogva *másodszorban* az Országos Fogyasztóvédelmi Egyesületnek mint megbízható információs forrásnak és tanácsadónak a támogatása. Örülök, hogy az egyesület partnerként részt vesz a kampányban, és köszönetet szeretnék mondani az egyesület elnökének, Garai Istvánnak, valamint Szép Gábornak a közreműködésükért.

Az Országos Fogyasztóvédelmi Központ által e kampányhoz kidolgozott anyagokból a fogyasztók többet tudhatnak meg jogaikról. Az Országos Fogyasztóvédelmi Központ – a februárban itt ünnepélyesen átadott Európai Fogyasztói Központ révén – abban is tanácsot tud adni, hogyan élhet a fogyasztó jogorvoslással otthon és külföldön (EU-szerte).

Kihívást fog jelenteni a központ számára, hogy kapcsolatot teremtsen a fogyasztókkal, sokak számára hivatkozási pontként és tanácsadóként szolgáljon, valamint a fogyasztóvédelmi kérdések mozgatórugója legyen a magyar társadalomban.

A kampány *harmadik* és egyben utolsó célja az elkövetkező 9 hónapban, hogy bevonja a magyar üzleti életet is. Hiszen a vállalatoknak – függetlenül attól, hogy kis- vagy nagyvállalatok-e –, ismerniük kell a fogyasztók jogait ahhoz, hogy azokat tiszteletben tartsák, és ténylegesen alkalmazzák a mindennapi gyakorlatban.

Ezen túlmutatóan meg szeretném győzni a magyar üzletembereket arról, hogy a „fogyasztóbarát” magatartás és a bevált gyakorlat alkalmazása – még a jogi kötelezettségeken túlmenően is – napjaink nyílt és szabad piacain nem teher, hanem versenyelőny.

Végezetül, ahhoz, hogy a magyar polgárok a gyakorlatban élhessenek fogyasztói jogaikkal, jobban kell ismerniük azokat, késznek kell lenniük arra, hogy éljenek jogaikkal, valamint tudniuk kell, hogy kihez forduljanak segítségért.

A hatóságok, a vállalatok és a fogyasztóvédelmi egyesületek, valamint maguk a fogyasztók is fontos szerepet játszanak a pozitív fogyasztói kultúra kialakításában, és a fogyasztóvédelmet, valamint a fogyasztók jogait még inkább elősegítő konstruktív párbeszéd során.

Remélem, hogy ez a kampány hozzájárul majd ehhez, és örömmel várom a kiváló eredményeket.

Köszönöm a figyelmet!