



REPORTER



Odgovor stigao ali ne i tražena dokumenta

TELEKOM SE IGRA POTROŠAČIMA

Već nekoliko meseci, tačnije od 15. marta kada je Telekom objavio reklamu SMS servis za potrošače, pokušavamo da saznamo odkud Telekomu pravo da se bavi poslovima informisanja potrošača. Zakon o oglašavanju nalaže da oglašivač (u ovom slučaju Telekom) može da reklamira robu ili usluge pod uslovom da je za njih registrovan ili ovlašćen od strane vlasnika. Ovaj Zakon u čl. 99 predviđa i obavezu oglašivača da ovu dokumentaciju stavi na uvid zainteresovanim licima. APOS je u više navrata od Telekoma zahtevao uvid u ova dokumenta, ali odgovora nije bilo. Zbog toga je podneta prijava nadležnoj tržišnoj inspekciji. Bez uspeha, ni ona nije reagovala kako to predviđa Zakon o oglašavanju (čl. 108. tačka, 62). APOS se potom obratio Povereniku za informacije od javnog značaja, jer je Telekom javno preduzeće. Poverenik je svojim rešenjem naložio Telekomu da dostavi tražena dokumenta. Nažalost ni to nije pomoglo jer je odgovor Telekoma krajnje nekorektan i površan i bez uvida u tražena dokumenta. Odgovor potvrđuje ranije sumnje APOS-a da je reč o prevarnom oglašavanju radi sticanja dobiti, a što se da naslutiti iz sadržaja objavljene reklame.

Ovo je reklama objavljena u listu NOVOSTI na Svetski dan zaštite potrošača 15 mart. Osim Telekoma potpisnici su i dva Nacionalna programa (pod sličnim nazivom jedan je usvojila Vlada Srbije) i dva sajta organizacija potrošača koje na svom sajtu predstavlja nadležno Ministarstvo trgovine. U kakvoj su međusobnoj vezi ovi potpisnici Telekom nije odgovorio. Tako i dalje ne znamo ko informiše potrošače, ko je vlasnik ovolikog broja informacija koje se 'besplatno' nude potrošačima i ko odgovara za njihov kvalitet i tačnost.

Iz odgovora smo jedino saznali da se informisanjem potrošača bavi još i provajder Pacom Solution Centre koji po ugovorenom biznis modelu deli sa Telekomom ostvarenu dobit od davanja besplatnih informacija potrošačima. Za dalju sudbina novca potrošača i dalje ne znamo.



Šta je naložio Poverenik

Nalaže se Preduzeću za telekomunikacije 'Telekom Srbija' da Asocijaciji potrošača Srbije dostavi:

- "Dokument iz koga se može videti osnov za obavljanje oglašavanja, kao i ovlašćenja u pogledu objavljivanja informacija od značaja za potrošače
- Dokument koji sadrži podatke o ostvarenom prihodu, nameni i načinu raspodele sredstava prikupljenih po osnovu servisne usluge"

Šta je odgovorio Telekom

- Oglas o pokretanju SMS servisa za potrošače u dnevnom listu 'Novosti' od 15. marta 2007. godine, objavljen je na osnovu Zakona o oglašavanju ('Sl. Glasnik RS' br. 79/05);
- Komercijalna upotreba SMS servisa za potrošače počela je 15. marta, a ostvareni prihod do 31. maja 2007. godine iznosi 672.900,51 dinara. Navedeni prihod ostvaren je samo putem prijave na SMS servis za potrošače, dok su sve poruke koje se šalju korisnicima o informacijama vezanim za zaštitu potrošača besplatne.
- Podela ostvarene dobiti se realizuje na osnovu modela koji su definisani ugovorom o poslovnoj saradnji između 'Telekom Srbije' i servis provajdera, u ovom slučaju PSC (Pacom Solution Centre). Navedeni Servis pripada tipu servisa SMS zahtev, za koji je predviđena podela 55% za servis provajder, a 45% za 'Telekom Srbija'.

Šta kaže nadležno Ministarstvo trgovine

Povodom SMS servisa od Ministarstva trgovine i usluga je zatražena:

- Informacija o tome da li je Ministarstvo dalo odobrenje ili potpisalo ugovor sa Telekomom iz razloga što su potpisnici na reklami Nacionalni program zaštite potrošača kao i organizacije potrošača koju Ministarstvo predstavlja na svom sajtu. To može da uputi na zaključak da je reč o državnom programu informisanja potrošača. Ministarstvo je odgovorilo da ne poseduje takva dokumenta i nije u vezi sa reklamom SMS servis za potrošače,
- Informacija u skladu sa nadležnostima Ministarstva koje "prati i ocenjuje da li u oglasnoj poruci ima elemenata zloupotrebe;" (čl.64. tačka 5 Zakona o zaštiti potrošača). Ministarstvo nije odgovorilo.

(Ne)reagovanje nadležne Tržišne inspekcije

APOS se tri puta obratio Tržišnoj inspekciji i to:

1. Odeljenju u Novom Sadu je ukazano na prevarne elemente u reklami SMS. APOS je obavešten da je predmet predmet prosleđen u Beograd.
2. Prijavom protiv Telekoma zbog toga što nije omogućio APOS-u uvid u dokumentaciju u kojoj je zatražena primena mera predviđena čl. 108. tačka 62. Zakona o oglašavanju. Stigao je odgovor da organizacije potrošača treba same da se dogovore da li je SMS servis koristan ili ne za informisanje potrošača. (?)
3. Nakon izbora nove Vlade i nadležnog ministra APOS je ponovio prijavu (08.06.2007 godine) protiv Telekoma. Odgovor još nije stigao.

Kazna po Zakonu o oglašavanju

"Novčanom kaznom od 100.000 do 1.000.000 dinara kazniće se za prekršaj pravno lice ako: - ne čuva objavljenu oglasnu poruku u obliku koji dozvoljava uvid u tu poruku, podatke o mestu, vremenu i učestalosti oglašavanja, kao i deklaraciju za oglasnu poruku u roku iz člana 99. stav 1. ovog zakona ili onemogućiti uvid u oglasnu poruku, evidenciju i deklaraciju u roku iz člana 99. stav 2. ovog zakona.

Za radnje iz stava 1. ovog člana kazniće se odgovorno lice u pravnom licu novčanom kaznom od 20.000 do 50.000 dinara.

Za radnje iz stava 1. ovog člana kazniće se preduzetnik novčanom kaznom od 100.000 do 500.000 dinara, odnosno fizičko lice novčanom kaznom od 20.000 do 50.000 dinara.

Uz novčanu kaznu za prekršaj iz stava 1. ovog člana može se izreći zaštitna mera zabrane obavljanja određenih delatnosti pravnom licu u trajanju od šest meseci do jedne godine, zaštitna mera zabrane obavljanja određenih poslova odgovornom licu u trajanju od šest meseci do jedne godine.

Uz novčanu kaznu za prekršaj iz stava 3. ovog člana može se izreći zaštitna mera zabrane obavljanja određenih delatnosti preduzetniku u trajanju od šest meseci do jedne godine." (čl. 108. tačka, 62.)

Ovo je u isključivoj nadležnosti Tržišne inspekcije pri Mnistarstvu trgovine.

Šta zna Savet Ministra za zaštitu potrošača

Savet je bio upoznat sa SMS servisom pre objavljivanja reklame. To je vidljivo iz Zapisnika sa sednice Saveta održane 19.02.2007. U tački 6. stoji: "Savet je upoznat sa projektom SMS poruka potrošača preko kojeg će se potrošačima pružati pomoć u ostvarivanju zaštite svojih prava i interesa". Da li je Telekom na osnovu ovoga u oglasnoj poruci potpisao Nacionalni program i organizacije potrošača članove Saveta i dalje ne znamo.

Kako je u međuvremenu formiran novi Savet, APOS će Savetu dostaviti do sada prikupljenu dokumentaciju i zatražiti mišljenje Saveta o ovakvom načinu informisanja potrošača.

Tužba APOS-a

Šta reći na sve ovo? Koliko država poštuju prava potrošača znate sami susrećući se svakodnevno sa bahatim i neodgovornim ponašanjem moćnih učesnika na tržištu, posebno monopolista. Ponašanje Telekoma to najbolje ilustruje. Ali ovakva praksa nije razlog da i dalje ne pokušavamo da štitimo svoja prava i interese, naprotiv.

Stoga je APOS na sednici Upravnog odbora doneo odluku o pokretanju sudskog spora protiv Telekoma Srbije.



Poštovani potrošači, najavljeni test o deterdžentima ne objavljujemo, jer su nas kolege iz Nemačke upozorile da informacije iz njihovog testa ne bi bile adekvatne za potrošače Srbije. U čemu je problem saznate iz teksta pod naslovom „*Da li se Srbija pere isto kao Evropa*“.

Kao žena i potrošač znam da su nam osim deterdženata svakodnevno potrebna i kozmetička sredstva za pranje, negu, ulepšavanje....U našim prodavnicama je širok asortiman sredstava za tuširanje, pod nazivom gel za tuširanje ili tuš kupka (treba ih razlikovati od tečnih sapuna) i upravo zbog toga sam odabrala test koji je pred vama.

Ono što u ovom testu nije ocenjivano, a nalazi se u tabeli je pH-vrednost proizvoda, koja treba da iznosi oko 5 da bi bila za kožu neutralna. I o tome smo dali više informacija

Posebno skrećem pažnju na informacije na dnu tabele. To su oznake i imena sredstava za konzerviranje koja sadrže i tuš gelovi. Osobe sa osetljivom kožom trebale bi pri kupovini da obrate pažnju na sastav, i tako izbegnu kupovinu proizvoda sa supstancama na koje su osetljivi ili alergični. Sreća je što se kod tuš ova sredstva veoma kratko zadržavaju na koži (pod uslovom da dobro isperete kožu) i zbog toga retko dolazi do alergijske reakcije.

Predlažemo da pogledate i sajt Ministarstvo za zaštitu životne sredine, zdravlje i zaštitu potrošača, Bajern (www.stmugv.bayern.de), na kome se nalazi i veoma korisna i upućujuća brošura o kozmetici. Ako vam je potrebna pomoć u vezi ovoga, javite se, rado ćemo vam pomoći. Iz brošure prenosimo **šta mora da sadrži deklaracija:**

NAMENA PROIZVODA, LISTA SASTOJAKA, ROK TRAJANJA, PROIZVOĐAČKA OZNAKA, UPUTSTVO ZA UPOTREBU, UPOZORENJA O MOGUĆIM POSLEDICAMA, NAZIV PROIZVOĐAČA (UVOZNIKA), KOLIČINA.

Deklaracija u Srbiji ne mora da ima proizvođačku oznaku (broj). To je veliki nedostatak (na to smo ukazali kod informisanja o opasnim igračkama) jer mnogi proizvodi liče i samo se po ovom broju mogu razlikovati. APOS je na ovaj problem ukazivao kod donošenja Zakona o zaštiti potrošača i predlagao obavezu stavljanja proizvođačke oznake, ali predlagač (Vlada Srbije), a potom i Skupština Srbije nisu prihvatili ovaj predlog potrošača. U našem Zakonu takođe nije precizirano šta se podrazumeva pod NAZIV

PROIZVOĐAČA (UVOZNIKA). Tako se često dešava da na deklaraciji imamo samo ime bez adrese i kontakta. Sa našim predlozima u vezi sadržaja deklaracije pokušaćemo kod najavljenih izmena Zakona o zaštiti potrošača.



Sredstva za tuširanje

Sadržaj je preuzet iz časopisa test 5/2007 (www.test.de) uz saglasnost izdavača STIFTUNG WARENTEST-a. Kopiranje nije dozvoljeno bez saglasnosti APOS-a

Test je pokazao da i kupke namenjene osetljivoj koži sa pravom nose taj naziv.

Proizvođači različito reklamiraju ove svoje proizvode. Pretvorite tuširanje u kratak trenutak uživanja u nezi, poručuje Dove. Dok Nivea i Bath Care obećavaju "čisto i nežno iskustvo prilikom tuširanja". I ako ova obećanja zvuče malo preterano,

činjenica je da su tuš kupke u većini domova zauzele mesto koje je pripadalo dobrom starom sapunu. Tome je pored ostalog doprinela lakoća njihovog korišćenja. Pored toga sapun klizi iz ruku, slabo peni kada je voda tvrda, na sanitarijama ostavlja tragove. Takvih problema nema kod tuš kupke, jer umesto sapunljivih materija sadrže sintetske Tenzide.

Skuplji nisu i bolji

Na samom vrhu se nalaze proizvodi koji su blagi, koža ih dobro podnosi, posebno su prilagođeni za osetljivu i suhu kožu. Za vas smo testirali 19 ovakvih tuš kupki. a jedan je proiz-

vod prirodne kozmetike. Testove smo obavili u laboratorijama i u praksi.

Već za 22 centa može se kupiti 100 mililitara kupke od sledećih proizvođača; Aldi(Nord)/Mildeen, Aldi(Sud)/Caribic i dm/Balea. Skuplji proizvodi nisu i bolji. Testovi su pokazali da su i skupe kupke sa medicinskim efektom (Eucerin pH5 -2,63 evra, sebamed Vital-2,18 evra i Logona Naturkosmetik za 3,16 evra za 100 mil. isto tako dobri kao i oni koji imaju povoljniju cenu. Do ovog rezultata došle su osobe sa suvom i osetljivom kožom, koje su ih i testirale. Oni su proizvode koristili četiri dana za redom i ocenjivali pranje, negu, konzistenciju, formiranje pene i njenu količinu, nanošenje, ispiranje, osećaj na koži, podnošljivost i miris.

Kod Logona je nedostajao miris

Iako miris brzo nestaje, ipak uticati na odluku. To je potvrdio i naš test, posebno kod testiranja prirodne kozmetike Logona. Po recepturi on je veoma prijatan za kožu jer nema jakih Tenzida, hemijskih sredstava za konzerviranje, materija za boju i miris. Ipak kod osoba koje su ga testirale nije dobio dovoljno poena. Nije im se svidelo miris na „medicinu“, „hemiju“, „alkohol“. Proizvod ima određenu količinu alkohola što koži i ne može da prija. Nedostajala im je pena, donekle je smetalo i to što je nešto tečniji. Mada to može biti znak da je posebno prijatan, ipak ocena je „zadovoljavajuće“.

test	Aldi(Nord)/Mildeen Pflege-Dusche Sensitive	Lidl/Pool Duschcreme sensitiv	CD Feuchtigkeits-dusche	Dm/Balea Bath Dusch Soft & Creme	Dove Feuchtigkeits Creme Dusche	Migros/pH Balance Duschgel	Bebe Young care Soft shower cream	Eucerin pH 5 Duschgel	Norma/Elcurina Duschcreme Milch & Kokos	Schlecker/med Duschbadv	Kneipp Care Dusch Balsam	Nivea Bath Care Dusch Balsam Rossmann/Isana Pflege Creme Dusche	Numis med Dusch bad	Rossmann/Isana Pflege Creme Dusche	sebamed Vital Dusch+Schaumbad	Logona Naturkosmetik Pur Shampoo Duschgel	Palmolive Naturals Dusch & Creme	Edeka/elkos Body Care Duschbad Creme
Sadržaj u ml	300	300	250	300	250	250	250	200	300	300	250	200	300	300	200	250	250	300
Srednja cena u evrima	0,65	0,80	1,90	0,65	1,95	3,15	1,40	5,25	0,80	1,00	2,80	1,90	2,00	0,70	4,35	7,90	1,45	0,65
Cena za 100 ml u evrima	0,22	0,27	0,76	0,22	0,78	1,26	0,56	2,63	0,27	0,33	1,12	0,95	0,67	0,23	2,18	3,16	0,58	0,22
jednakost	Aldi(Nord)/Mildeen Pflegedusche Sensitive jednako i po ceni sa Aldi(Sud)/Caribic Pflegedusche Sensitive.																	
test - O C E N A KVALITETA 100%	DOBRO (1,7)	DOBRO (1,7)	DOBRO (1,8)	DOBRO (1,8)	DOBRO (1,8)	DOBRO (1,8)	DOBRO (1,9)			DOBRO (1,9)	DOBRO (2,0)		DOBRO (2,0)					
P R A K T I Č N A PROVERA 70% (nega i učinak pranja,konzistencija, stvaranje pene)	dobro (1,9)	dobro (1,9)	dobro (1,8)	dobro (2,0)	dobro (1,7)	dobro (1,9)	dobro (1,9)		dobro (1,8)	dobro (1,9)	dobro (2,0)	dobro (1,9)	dobro (1,9)	dobro (1,9)	dobro (2,0)		dobro (1,9)	dobro (1,8)
NADOKNAĐIVANJE VLAGE 20%	jako dobro (1,3)	jako dobro (1,4)	jako dobro (1,4)	jako dobro (1,2)	dobro (2,0)	jako dobro (1,2)	jako dobro (2,0)		dobro (2,5)	dobro (1,7)	dobro (1,8)	dobro (2,1)	dobro (2,3)	dobro (2,3)	dobro (2,3)	jako dobro (1,2)	zadovolj. (2,9)	zadovolj. (3,2)
PAKOVANJE 10%	dobro (1,6)	dobro (1,6)	dobro (1,9)	dobro (1,8)	dobro (2,1)	dobro (1,7)	dobro (1,9)		dobro (2,0)	dobro (1,9)	dobro (2,0)	dobro (2,2)	dobro (2,0)	dobro (2,1)	dobro (1,9)	dobro(2,0)	dobro (2,1)	dobro (2,1)
Sipanje	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Mogućnost da stoji	++	+	+	+	+	++	+	+	O	++	+	+	O	O	++	O	O	+
PODACI PONUĐAČA (nije ocenjivano)																		
pH-vrednost	5,0		4,8	4,8	4,9	4,9	4,6	4,7	4,8	5,4	5,0	4,9	5,3	5,0	5,3	5,8	5,3	4,7
Sredstva za konzerviranje		b,d(2),f	b	b,c,d(2)	b	b	a,b	b,g	a,c,h	a,c,e,f		b,g	a,b,c,f	b,c,e			i	c,d(5),e
Materije za boju																		
parfem																		
ocene za rezultate izpitivanja :	Kod jednake ocene redosled je po abecedi. 1) ++ jako dobro(0,5-1,5) = da + dobro(1,6-2,5) = ne a=Benzoic Acid, b=Sodium Benzoate, c=Phenoxyethanol, d=Parabene, e=Benzyl Alcohol, f=Potassium Sorbate, g=Sodium Salicylate, h=Dehydroacetic Acid, i=DMDM Hydantoin																	
O zadovoljavajuće(2,6-3,5) Θ dovoljno(3,6-4,5), - nedovoljno(4,6-5,5).	O B R A T I T E P A Ž N U N A O V E N A Z I V E S R E D S T V A Z A K O N Z E R V I R A N J E K O J E S A D R Ž E T U Š K U P K E																	

test

Više vlage za kožu

Posebnim aparatom merena je vlažnost kože, takozvanim Corneonmetrom. Logona vlaži kožu „jako dobro“ kao i dm/Balea i Migros/pH Balance, a prate ih Aldi, Lidl i CD.

Tuš kupke, posebno one za osetljivu i suhu kožu, trebalo bi da pored pranja, kožu neguju tako što na njoj ostaju materije koje vlaže kožu, jer se svakim pranjem koža isušuje. To proizvođači znaju i naglašavaju da njihovi proizvodi nadoknađuju vlažnost kože. Samo je Edeka/elkos i Palmolive za isušivanje kože dobila ocenu „dovoljno“, pa im ni ukupna ocena nije mogla biti bolja.

Nisu sva sredstva za konzerviranje hemijska

Osobe koje su testirale proizvode malo su pažnje obraćale na to kako se sredstvo podnosi. To mnogo ne iznenađuje, jer sadržaj sredstva za pranje ne ostaje dugo na koži već se brzo ispira vodom. U pojedinačnim slučajevima može doći do nadražaja zbog materija za bojenje i parfimisanje. Ko preosetljivo reaguje na ove materije može u tabeli naći upozorenja na sastavne materije.

I kupke sadrže sredstva za konzerviranje, jer bi se u uslovima kakvi su u kupatilu (vlaga i toplota) bakterije brzo pojavile. Ove supstance ne može da podnosi svki tip kože. Alternativu nudi Aldi/Caribic, Aldi/mildeen, Kneipp i Logona. Oni nisu koristili hemijska sredstva za konzerviranje.

Nanošenje kreme se preporučuje

I pored upotreba „dobre“ tuš kupke osobe sa osetljivom kožom imaju osećaj da ih koža svrbi i zateže. Ni najbolja tuš kupka ne može da zameni naknadno mazanje losionom za telo (za adekvatan tip kože).

Kožni lekari stalno iznova upozoravaju: već i sam kontakt sa vodom dovodi do isušivanja kože, sredstva za pranje samo pojačavaju taj efekat. Ona narušavaju pH vrednost kože. Takva navika za tuširanje bez naknadnog nanošenja kreme dovodi do nastanka osetljive kože. Zbog toga ima smisla to da kožu posle pranja ovakvom tuš kupkom namažete adekvatnim losionom.

Šta je PH-VREDNOST

Tuš kupke se često reklamiraju sa prijatnom pH vrednošću za kožu. „pH“ je skraćena za latinski pojam „potentia hydrogenii“ i mera aktivnosti vodonikovih jona u rastvoru. pH-vrednost služi da bi se spoznala razlika između kiseline i baze i označi njihova jačina. Neutralne tečnosti kao na primer čista voda, koja ne reaguje ni kiselo ni bazno, ima pH-vrednost 7. pH-vrednost kiseline je manja, baza veća od 7. Što je pH-vrednost udaljenija od 7, to znači da rastvor reaguje jače kiselo ili bazno. Na ljudskoj koži se pH vrednost može podešavati. Iznosi 5 i podešava se pomoću procesa na koži kao znoj. Iako je vrednost slabo bazna, stalno se označava kao „neutralan za kožu“. Taj kiseli sloj na koži bi trebao da štiti kožu od štetnih mikroorganizama i štetnih materija i na taj način štiti kožu od infekcije. U reklamama se često preterano naglašava pH vrednost kože.

SAVETI

Svaki kontakt sa vodom je opterećenje za kožu. Ovdje ima nekoliko saveta, tako da se ona ne isušuje previše:

TUŠIRANJE Tuširanje manje uznemirava kožu nego kupanje, osim toga štedi vreme, vodu i energiju.

DOZIRANJE Sva sredstva za pranje bez obzira na to da li je u pitanju sapun ili tuš kupka, pH kože se poremite. Zbog toga ne treba nanositi prevelike količine. Nije neophodno svaki dan se nasapunjati od glave do pete. Često je dovoljno, nasapunjati delove tela koji oslobađaju neprijatne mirise, pre svega pazuh, predeo genitalija i stopala.

PENA Ogromna količina pene ne treba da se dovodi u vezu sa tim da je i prijatna za kožu. Za stvaranje pene su potrebni Tenzidi koji nisu baš najblaži sastojci u sredstvu za tuširanje.

ISPIRANJE Da biste izbegli iritiranje kože morate detaljno isprati kožu nakon upotrebe sredstva za tuširanje.

NANOŠENJE KREME Koža je veoma zahvalna ako je nakon tuširanja namažete odgovarajućim mlekom za telo naravno za odgovarajući tip kože.

Zašto nema najavljenog testa o deteržentima?

Da li se Srbija pere isto kao Evropa?

Potršači u Srbiji će ovaj put ostati uskraćeni za analizu i uporedne testove deterženata koje smo najavili u prošlom broju. Kolege iz Stiftung Warentesta, nezavisne organizacije potrošača iz Berlina predložile su nam da rezultati njihovog testiranja nisu relevantni za srpsko tržište jer deterženti (praškovi i tečne supstance) koje se prodaju u Srbiji nisu isti sa onima koji se prodaju u EU. Naime recepture po kojima se deterženti prave za ova dva tržišta su različite. Drugim rečima moguće je kupiti deteržente pod istim imenom i brendom u Srbiji, ali oni neće biti isti kao oni u EU.

Prateći ovu vest APOS se upustio u skromno istraživanje u ovoj oblasti. Tako smo saznali da je u Hrvatskoj vođen spor između ARIEL-a i gospodina Rkmana (Hrvatska potrošačka organizacija) koji je javno izrekao da ARIEL vara hrvatske potrošače kao i da ARIEL u Hrvatskoj nije isti niti ima ista svojstva kao ARIEL u EU. Pošto je ARIEL tužio g. Rkmana i pošto je izgubio spor (tokom spora su obavljena testiranja kvaliteta ovog praška) ista kompanija sada plasira deteržent na hrvatsko tržište po novoj-izmenjenoj recepturi.

Nas je, naravno, zanimalo i kakvi se proizvodi plasiraju u našoj zemlji. Prva činjenica koju smo otkrili je da su u Srbiji deterženti i praškovi sa fosfatima dozvoljeni, inače zabranjeni u EU kao i u nekim zemljama u regionu (Makedonija). **Na ovaj jednostavan način dolazimo do zaključka da je Srbija verovatno jedna od zemalja za koju se spremaju drugačije recepture.**

Pitamo se šta i koga košta da se fosfati zabrane i kod nas kada se zna da su oni zagađivači životne sredine i da nisu po standardima EU.

B.P.

Kako naći nadležnu inspekciju

Poštovani čitaoci,

U Srbiji inspekcijски poslovi nisu objedinjeni u jednom državnom organu (što je evropaka praksa) već su inspekcije rasute po ministarstvima. Pripremili smo kontakt adrese inspekcija, kao i telefone i sajtove njihovih resornih ministarstava. Nadamo se da će vam to pomoći, i da ćete brže stići do nadležnih inspekcija nego što je to nama polazilo za rukom, pripremajući ove informacije.

Ministarstvo finansija, www.mfin.sr.gov.yu

Beograd, Kneza Miloša 20 tel: 011/ 3614-007; 3614-214 informacije@mfin.sr.gov.yu
SEKTOR ZA BUDŽETSKU INSPEKCIJU I REVIZIJU-011/3618648

Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede, www.minpolj.sr.gov.yu

Beograd, Nemanjina 22 tel: 011/ 3065-038; 3065-039 office@minpolj.sr.gov.yu
SEKTOR ZA INSPEKCIJSKI NADZOR---011/ 311 67 67

UPRAVA ZA VETERINU ---011/ 2602 320

ODELJENJE VETERINARSKJE INSPEKCIJE ---011/2605630

UPRAVA ZA ŠUME -ODELJENJE ŠUMARSKJE I LOVNE INPEKCIJE U BG ---011/3117 566

UPRAVA ZA ZAŠTITU BILJA-FITOSANITARNA INSPEKCIJA ---011/ 21 20 462

REPUBLIČKA DIREKCIJA ZA VODE-ODELJENJE VODOPRIVREDNE INSPEKCIJE U BG
--011/201 33 56

Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja, www.merr.sr.gov.yu

Beograd, Bulevar kralja Aleksandra 16, tel: 3347-231; faks: 3346-770
TURISTIČKA INSPEKCIJA-011/3139686

Ministarstvo trgovine i usluga, www.mtu.sr.gov.yu

Beograd, Nemanjina 22-26 tel: 011/3618-852; 3613-404, kabinet@mtu.sr.gov.yu
TRŽIŠNA INSPEKCIJA---011/ 361 4334

Ministarstvo rada i socijalne politike, www.minrzs.sr.gov.yu

Beograd, Bulevar Mihaila Pupina 2, tel: 011/ 3112-916; 3113-432, kabinet@minrzs.sr.gov.yu
INSPEKCIJA RADA---011/3293025

Ministarstvo zaštite životne sredine, www.ekoserb.sr.gov.yu

Beograd, Omladinskih brigada 1, SIV 3, tel: 011/ 3131-357; 3131-359
SEKTOR ZA INSPEKCIJSKE POSLOVE-011/ 2157539

Ministarstvo zdravlja, www.zdravlje.sr.gov.yu

Beograd, Nemanjina 22-26, tel: 011/3616-251 kabinet.zdravlje@zdravlje.sr.gov.yu
SANITARNA INSPEKCIJA---011/313 0886
ZDRAVSTVENA INSPEKCIJA---011/ 275 2446

Ministarstvo za infrastrukturu,

Beograd, Nemanjina 22-26, tel: 011/3616-431
GRAĐEVINSKA INSPEKCIJA---011/ 3081 567
URBANISTIČKA INSPEKCIJA ---011/334 53 65
INSPEKCIJA ZA DRUMSKI SAOBRAČAJ---011/311 75 45

Ministarstvo prosvete, www.mps.sr.gov.yu

Beograd, Nemanjina 22-26, tel: 011/ 3616-489, webmaster@mps.sr.gov.yu
SEKTOR ZA INSPEKCIJSKE I NADZORNE POSLOVE---011/3616-600

Ivona Gruber