

Codziennie zwykłe ściemy

1 czerwca 2012

Brytyjskie badania obnażają manipulatorskie praktyki hipermarketów dotyczące promocyjnych ofert. Spora część tego, co jawi się klientom jako okazja, jest jedynie okazją do wydrenowania ich kieszeni.

Jak informuje Wyborcza.biz za „Daily Mail”, brytyjska organizacja konsumencka Which? przebadła w ciągu roku ponad 700 tys. produktów. Wśród niezliczonej ilości nieuczciwych praktyk hipermarketów organizacja zwróciła uwagę na szczególnie drastyczne 24 przykłady, w tym trzynaście w sieci Asda i sześć w Tesco.

Jednym ze sposobów oszukiwania klienta jest m.in. podnoszenie ceny pojedynczych produktów tuż przed uruchomieniem promocji. Sieć Asda podwajała cenę pojedynczego jogurtu Mueller z 0,3 funta do 0,6 funta, rozpoczynając równocześnie promocyjną wyprzedaż 10 sztuk za 4 funty. Po zakończeniu promocji cena jogurtu wracała do 0,3 funta.

Z kolei w Tesco cena opakowania jagód została podniesiona na dwa tygodnie z 1,80 funta do 3,99 funta. Następnie przez 52 dni owoce sprzedawano „taniej” – za 1,99 funta.

Zgodnie z brytyjskim prawem, produkt w regularnej cenie powinien być sprzedawany przez przynajmniej 28 kolejnych dni. Oferta promocyjna nie może trwać dłużej niż sprzedaż w zwykłej cenie, przypomina „Independent”.

Organizacja zwraca także uwagę, że w wielu przypadkach tzw. cena poprzednia nigdy nie istniała. Supermarket Asda sprzedawał pastę do zębów za 1,17 funta, podając, że wcześniej jej koszt wynosił 1,74 funta. Takiej pierwotnej ceny Which? jednak nigdy nie zaobserwował.

Źródło: [Nowy Obywatel](#)