Paragon nie jest konieczny do reklamacji

21 września 2014

Często zdarza się, że sklep uzależnia reklamację od okazania paragonu. Jest to niezgodne z prawem i taki sklep może mieć na karku UOKiK. Oczywiście są i takie sklepu, które nawet tym się nie przejmą.

„Gazeta Prawna” podjęła temat takich praktyk sprzedawców, które są bardzo częste, mimo iż są niezgodne z prawem. Jedną z tych praktyk jest bezwzględne żądanie paragonu przy reklamacji. Bywa tak, że sprzedawca nie ma wątpliwości, iż towar był kupiony w jego sklepie, ale klientowi tłumaczy „Przepraszam, załatwiłbym to, ale bez paragonu mam związane ręce”. Z informacji Gazety Prawnej wynika, że sklep odzieżowy Prima Moda został już ukarany za takie praktyki.

CO ZASTĄPI PARAGON PRZY REKLAMACJI?

Przepisy dotyczące sprzedaży konsumenckiej dają nam prawo reklamowania towaru w ciągu dwóch lat od wydania nam rzeczy. Reklamacja musi zawierać pewne istotne informacje, np. informacje o produkcie, datę zgłoszenia, opis niezgodności z umową lub wad itd. Na złożoną reklamację sprzedawca ma odpowiedzieć w ciągu 14 dni. Oczywiście czasem trzeba będzie udowodnić, że faktycznie kupiliśmy towar od danego sprzedawcy, ale do tego celu nie jest potrzebny paragon.

Dowodem sprzedaży może być kopia paragonu (także zdjęcie), karta gwarancyjna ze stemplem sklepu, potwierdzenie zapłaty, e-mail ze sklepu, a nawet zeznanie świadka. Jeśli sprzedawca bezwzględnie odmawia reklamacji z powodu braku paragonu, powinniśmy zgłosić się do rzecznika konsumentów albo możemy złożyć skargę do UOKiK. Rzecz jasna możemy też wystąpić do sądu. To jest teoria, a jak bywa w praktyce?

PRÓBUJĄ SPŁAWIAĆ JAK SIĘ DA

Osobiście miałem problem z reklamacją bez paragonu. Chodziło o monitor, który zepsuł się na krótko przed upływem 2 lat od daty odebrania go ze sklepu. Wybrałem się do sklepu i okazałem kartę gwarancyjną z pieczątką sklepu, co miało być dowodem sprzedaży. Sprzedawca odmówił mi reklamacji, wskazując na brak paragonu. Przyznał, że nie ma wątpliwości co do kupienia monitora w tym sklepie, a jednak odmówił reklamacji ze względu na paragon.

Gdy zacząłem wspominać o ustawach, sprzedawca wezwał kierownika. Ten udzielił mi dziwacznej odpowiedzi: „Wie Pan, ustawy ustawami, ale są jeszcze zasady naszej sieci sklepów, a te wymagają paragonu".

Zauważcie, że kierownik sklepu całkiem otwarcie zasugerował, że jakieś „zasady sieci sklepów" są ważniejsze niż polskie prawo. Jeszcze trochę podyskutowaliśmy i ostatecznie kierownik sklepu poprosił, abym zostawił ten monitor i „może coś się załatwi".

Po kilku dniach dostałem ze sklepu telefon z dziwaczną informacją, że „monitor trafił do centrali, ale tam odmówili naprawy" i mogę przyjechać go odebrać. Pojechałem do sklepu i z głupia frant spytałem, czy mógłbym dostać odmowę reklamacji na piśmie. Swoją prośbę umotywowałem tym, że chcę zgłosić sprawę rzecznikowi konsumentów i byłoby miło, gdybym miał wszystko na papierze. Wówczas znów przyszedł kierownik sklepu i stwierdził, żebym… zostawił monitor w sklepie jeszcze na kilka dni i może tym razem coś się załatwi.

Minął tydzień i znów dostałem telefon z informacją, że monitor rzeczywiście nadawał się do reklamacji, ale wczoraj (tzn. dzień przed otrzymaniem tego telefonu) minął dwuletni termin odpowiedzialności sprzedawcy za towar. Wtedy ja odpowiedziałem, że przecież zgłaszałem reklamację nie wczoraj, tylko jeszcze wcześniej. Poproszono mnie bym poczekał na

linii, aż po kilku minutach wreszcie dostałem odpowiedź, że reklamacja będzie uwzględniona.

Opisuję tę sytuację, aby zwrócić uwagę na różnicę między teorią a praktyką. Sklep dobrze wiedział, że paragon to tylko pretekst do odmówienia reklamacji. Legenda o „wysyłaniu do centrali” była prawdopodobnie próbą przeciągnięcia sprawy. Próba powołania się na upłynięcie terminu na reklamację była wyjątkowo nieładnym zagraniem. Niemniej perspektywa zgłoszenia sprawy do rzecznika chyba ożywiła działania sklepu. Jeśli jesteście ciekawi, to powiem, że sprawa dotyczyła sklepu z sieci Avans.

NIE KAŻDY WYSTRASZY SIĘ UOKIK

Upór po stronie konsumenta czasem pozwala przebrnąć przez głupie wymagania, ale nie zawsze tak będzie. Nie każdy sklep przestraszy się rzecznika konsumentów czy UOKiK. Znam przykład sklepu, który był na tyle bezczelny, aby w odmowie reklamacji powoływać się na nieistniejący punkt regulaminu. Ten sam sklep był w stanie nawet zmieniać regulamin w czasie trwania sporu z konsumentem. Sprawa trafiła do rzecznika, a ten początkowo w ogóle nie zwrócił uwagi na kwestię regulaminu i grzecznie wytłumaczył konsumentowi, że w postępowaniu sklepu nie ma nic złego.

Klient nie odpuszczał i w pismach do rzecznika ponownie poruszył kwestię regulaminu. Dopiero za drugim podejściem rzecznik zaczął domagać się dokładnych wyjaśnień ze strony sklepu. Sklep nie miał zamiaru nic wyjaśniać, więc rzecznik zagroził złożeniem skargi do UOKiK, ale na tym sprawa się urwała. Konsument nie został powiadomiony o tym, czy skarga została złożona. Sprawa bardzo rozciągała się w czasie i wreszcie konsument dał sobie spokój. Nałożył się na to fakt, że trudno mu było nawet dodzwonić się do rzecznika, a wymiana e-maili szła dość opornie.

Miałem okazję oglądać dokumentację tej sprawy i odniosłem

wrażenie, że rzecznik był dość pobłażliwy. Sklep z kolei twierdził, że będzie się tłumaczył tylko przed sądem. Było to dla sklepu wygodne stanowisko, bo wartość towaru nie zachęcała klienta do inwestowania pieniędzy i sił w sprawę sądową. Dodam, że ten sklep miał negatywne komentarze w sieci i najwyraźniej robił tak nie raz. Teoretycznie do kompetencji rzecznika konsumentów należy wytaczanie powództwa na rzecz konsumentów, ale nie każdy rzecznik się do tego pali.

Różnie więc bywa z teorią i praktyką w sprzedaży konsumenckiej. Teoretycznie mamy pewne prawa. W praktyce sprzedawcy starają się je omijać. Teoretycznie możemy wówczas korzystać z pomocy rzecznika konsumentów i możemy się skarżyć do UOKiK, ale znów w praktyce nie musi się to skończyć załatwieniem naszej sprawy.

WARTO SIĘ SKARŻYĆ? WARTO

To nie oznacza, że sprzedawcom trzeba odpuszczać. Zawsze doradzałem i będę doradzał Czytelnikom, aby w razie problemów poszukiwali pomocy, korzystali z pomocy rzeczników, składali skargi itd. Pewien odsetek takich działań przyniesie dobre efekty, co będzie służyło budowaniu lepszego rynku. Zmiana jakościowa w praktykach sprzedawców nie nastąpi z dnia na dzień. Jako konsumenci musimy ją wypracować.

Autor: Marcin Maj
Źródło: Dziennik Internautów