

Promocje kłamia?

16 stycznia 2024

Popularne sieci handlowe wyróżniały na półkach i w reklamach ceny promocyjne, które obowiązywały tylko przy zakupie wielu sztuk towaru. Wyższa cena jednostkowa była ukrywana.



Jak informuje Biznes.Interia.pl, sieci handlowe często wybijają dużą czcionką na etykiecie cenę promocyjną, natomiast znacznie mniejszym drukiem informują, że niższa stawka obowiązuje tylko wtedy, gdy klient kupi dwie czy trzy sztuki towaru. Również cena za jedną sztukę jest znacznie mniej widoczna dla konsumenta.

Obecnie, jak wskazało biuro prasowe Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów prowadzone są postępowania wyjaśniające. Zostały one wszczęte na podstawie własnej obserwacji rynku, a także sygnałów od konsumentów. Działania wyjaśniające są prowadzone w Biedronce, Lidlu, Kauflandzie, Żabce, Dino, Netto, sieciach Carrefour i Auchan.

Według UOKiK cena produktu za jedną sztukę ma kluczowe znaczenie dla konsumenta, ponieważ ma on prawo kupić pojedynczy produkt, a nie tylko w promocji tzw. wielosztukowej. „To na jej podstawie powinniśmy podejmować

decyzję o zakupie danego produktu. Cena nie może wprowadzać w błąd, musi być czytelna dla konsumenta. Jeżeli uważamy, że tak nie jest, można zgłosić zawiadomienie bezpośrednio do UOKiK, rzecznika konsumentów lub Inspekcji Handlowej” – stwierdza UOKiK w piśmie przekazanym PAP.

Niedopełnienie obowiązku informacyjnego może być potraktowane jako wykroczenie, które zgodnie z art. 139b „Kodeksu wykroczeń” zagrożone jest karą grzywny w wysokości do 5 tys. zł.

Zdjęcie: [Victoria_Borodina](#) (CC0)

Źródło: [NowyObywatel.pl](#)