

Żeby nie stracić na wyprzedażach

11 sierpnia 2021

Rzekome promocje bywają fikcją, gdyż zdarza się, że efektywnie przekreślone, wcześniejsze wyższe ceny towarów, w rzeczywistości nigdy nie obowiązywały.

W niektórych krajach Europy, a w tym także i w Polsce, trwa sezon letnich obniżek cen. Summer Black Friday, Ausverkauf, Soldes jusqu'à 50 proc., czy po prostu letnia wyprzedaż – pod tymi nazwami kryją się wakacyjne promocje na towary i usługi – nie tylko w Polsce, ale i zagranicą.

Podczas kupowania na wyprzedażach w innych krajach Unii Europejskiej, konsumentom przysługują te same prawa, co w Polsce. W niektórych państwach UE istnieją przepisy określające maksymalny czas trwania wyprzedaży np. we Francji lub w Luksemburgu jest to jeden miesiąc w ciągu każdego sezonu letniego i zimowego, a w Portugalii 4 miesiące w roku. U nas takich przepisów nie ma, więc sprzedawcy w każdej chwili mogą wprowadzać wyprzedaże o dowolnej długości.

Jak informuje Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, który bada to zjawisko, zdarza się, że niektóre obniżki sięgają nawet do 80 proc. Są też jednak rzekome obniżki, które w istocie wcale nie są obniżkami. Przy szukaniu atrakcyjnych okazji, można zaś czasem stracić głowę i dokonać niewłaściwego wyboru.

Rabaty, mniejsze czy większe zaczęły się już w czerwcu, ale na największe obniżki cały czas polują najwytrwalsi. Cierpliwym, jednak nie zawsze świadomym co do swoich praw łowcom promocji, UOKiK oraz Europejskie Centrum Konsumentów przypominają o nieprawidłowościach zdarzających się podczas promocji.

Co zrobić z za małym kapeluszem, butem, któremu zaraz odpadł

obcas lub perfumami z zagranicy, które wcale do nas nie dotarły? Okazuje się, że to samo co przy zwyczajnych zakupach, choć sprzedawcy starają się niekiedy tworzyć wrażenie, że wyprzedaże są zdarzeniem nadzwyczajnym, w czasie którego nie obowiązują normalne reguły prowadzenia działalności handlowej. – Najczęstsze nieprawidłowości z jakimi spotyka się UOKiK w kontekście sezonowych wyprzedaży to anulowanie zamówień, wprowadzanie w błąd co do warunków wyprzedaży oraz tworzenie pozorów atrakcyjności promocji, podczas gdy cena jest taka sama lub nawet wyższa niż w czasie regularnych zakupów. Przygotowywane zmiany prawne implementujące tzw. dyrektywę omnibus mają wyeliminować sytuacje, w których sprzedawcy sztucznie zawyżają ceny towarów czy usług tuż przed zastosowaniem obniżek, aby później zachęcać nas do zakupów rzekomo wysokim rabatem – tłumaczy prezes UOKiK Tomasz Chróstny.

Zgodnie z projektem, sprzedawcy, będą mieć obowiązek informowania o cenie sprzed obniżki. Dotyczyć to będzie zarówno produktów, jak i usług. Ta prosta ale ważna zmiana wciąż jednak jest w Polsce w sferze planów – i nikt nie wie, czy i kiedy stanie się ona obowiązującym prawem.

Konkretyzując, nowe rozwiązanie, które znalazło się w projekcie ustawy zakłada, że przedsiębiorca ma obowiązek informowania konsumentów o najniższej cenie danego produktu z ostatnich 30 dni. – Nie będzie mógł być wtedy wykorzystywany mechanizm sztucznego podnoszenia cen na tydzień czy dwa tygodnie przed wyprzedażami po to, aby później chwalić się obniżkami cen, zaś konsument będzie wiedział, jaka jest rzeczywista skala obniżki – uważa Tomasz Chróstny.

Prezes UOKiK prezentuje tu nadzwyczaj optymistyczne przekonanie. W rzeczywistości, w naszym kraju będzie tak, że sprzedawcy zaczną podawać jakiegokolwiek „najniższe ceny danego produktu z ostatnich 30 dni”, byle tylko były one wyższe od proponowanych w ramach rzekomych promocji. Wiadomo przecież, że nikt tego nie będzie sprawdzać i badać, ile faktycznie

kosztował dany produkt na ponad miesiąc przed wyprzedają. Ci uczciwsi sprzedawcy po prostu zaś podniosą ceny nie na 30, ale na 31 dni przed wyprzedają, by w majestacie prawa móc potem chwalić się obniżkami.

Teoretycznie, jeśli przedsiębiorca nierzetelnie poinformuje o cenach, Inspekcja Handlowa może zastosować sankcje do 20 tys. zł, a w przypadku powtarzających się nieprawidłowości do 40 tys. zł. Jeśli natomiast skala takiego zjawiska byłaby powszechna i doszłoby do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, wówczas prezes UOKiK może nałożyć sankcję do 10 proc. rocznego obrotu przedsiębiorcy. Ciekawe, jak Inspekcja Handlowa wywiąże się z kolejnego zadania, które zostanie na nią nałożone w wyniku nowych przepisów (o ile kiedykolwiek zostaną w Polsce uchwalone) – i ile rzeczywiście nałoży tych grzywien do 20 tys złotych, za nieuczciwe podawanie poprzednich cen? – Stoimy na straży praw konsumentów i przypominamy o podstawowych zasadach świadomych i satysfakcjonujących zakupów podczas specjalnych cenowych okazji. Na wyprzedażach mamy takie same prawa – dodaje prezes UOKiK Tomasz Chróstny, kierując te słowa zarówno do konsumentów, jak i sprzedawców. Trudno jednak uwierzyć, by ci ostatni przestraszyli się UOKiK-u.

Europejskie Centrum Konsumenckie informuje, że w czasie wyprzedaży często odnotowuje zgłoszenia konsumentów dotyczące problemu z wymianą wadliwego produktu, szczególnie, gdy został on kupiony po wyjątkowo okazyjnej cenie. Bywa, że sprzedawcy wolą zwrócić pieniądze, niż dostarczyć nową rzecz, która jest już dostępna w regularnej, nie obniżonej cenie. To specyfika wyprzedaży, bo zwykle, co oczywiste, sprzedawcy zawsze wolą wymienić produkt na inny, niż zwrócić pieniądze (do czego nie można ich zmusić).

Często w trakcie wyprzedaży można trafić na informacje typu „ubrania przecenione nie podlegają reklamacji”. Sprzedawcy, którzy stosują tego typu sformułowania, łamią prawo – informuje UOKiK. W rzeczywistości jednak nabywcy mają prawo do

reklamacji, ale tylko częściowej. Zgodnie z przepisami, rzecz kupioną na wyprzedaży można reklamować, ale już jej zwrot do sprzedawcy zależy tylko od jego dobrej woli – czyli tak jak w czasie normalnych zakupów.

Taką reklamację składa się u sprzedawcy – najlepiej na piśmie. Gdy do produktu dołączona jest gwarancja, wtedy możemy zgłosić reklamację gwarantowi (najczęściej jest to producent lub dystrybutor towaru). Prawo wyboru między obiema możliwościami należy do nabywcy.

Trzeba pamiętać, że jeśli powodem obniżenia ceny jest wada towaru, o której wiedzieliśmy podczas zakupu, nie możemy jej reklamować u sprzedawcy. Wszystkie inne wady – tak. Generalnie zaś, zanim zdecydujemy się na skorzystanie z oferty promocyjnej, sprawdzimy, czy rzeczywiście jest ona dla nas najkorzystniejsza. Może się bowiem okazać, że ten sam towar w innym sklepie kosztuje mniej.

W razie kłopotów związanych z zakupami można uzyskać bezpłatną informację prawną na Infolinii Konsumentckiej (ale tylko w sprawach prostych nie wymagających analizy dokumentów) – tel.: 801 440 220 oraz 22 290 89 16. Istnieje też Konsumentckie Centrum E-porad – adres e-mail: porady@dlakonsumentow.pl. W sprawach transgranicznych, które dotyczą sprzedawców z obszaru Unii Europejskiej, Wielkiej Brytanii, Norwegii i Islandii, informacji dostarczy Europejskie Centrum Konsumentckie (strona internetowa: konsument.gov.pl). Przy zakupach trudno jednak liczyć na praktyczną pomoc ze strony jakichkolwiek instytucji.

Autorstwo: AL

Źródło: Trybuna.info