



RASPRODAJE

Str. 7.

Trgovački trik: kaput od 599 kuna snizili na 599 kuna!

Mnogi se iz šopinga vra-
ćaju razočarani



Rasprodaje U sezoni popusta i navala na trgovine mnogi se iz šopinga vraćaju razočarani

Trgovačka varka: Kaput od 599 kuna snizili na 599 kuna

Ivana L. čekala je sniženje kaputa. No, trgovac je u posljednji tren povisio cijenu kako bi je "snizio" na rasprodajama

Maja Posavec/VLM
maja.posavec@vecernji.net

Sezonske rasprodaje kupci obično dočekaju kao ozeblu sunce. Kompletna garderoba može se obnoviti upola cijene, barem ako je pitati trgovce. No, rasprodaje su ujedno idealna prilika za varanje i obmanjivanje potrošača koji najčešće u šoping odlaze impulzivno i troše na što treba i ne treba. Zagrepčanka Ivana L. upravo se zbog raznih trikova trgovaca odlučila pametnije pripremiti za šoping na rasprodajama, ali – uzalud. I ovaj put trgovci su nadmašili sami sebe novim i sve gorim trikovima.

Poskupjeli prije akcije

– Prije Božića gledala sam lijepi crni kaput u popularnoj zagrebačkoj trgovini. Cijena mu je bila 599 kuna. Budući da su rasprodaje najavljene odmah za ponedjeljak poslije Božića, odlučila sam pričekati s kupnjom kaputa tri dana i uštedjeti barem 200 do 300 kuna, a i prodavačica mi je rekla da ih imaju jako puno. No, kada je u toj trgovini krenulo sniženje, dočekalo me neugodno iznenađenje. Na etiketi kaputa bila je prekrížena cijena od 699 kuna (kao stara cijena), a kao nova navedena ona od 599 kuna. Odakle sad 699 kuna?! – razočarana je Ivana L. koja je zbog prijevara odustala od kupnje toliko



Privlačni natpisi mame na kupnju, no najčešće kupac ne može provjeriti jesu li sniženja doista takva kako piše GORAN STANZL/PIXSELL

Na sniženju na artiklu mora biti jasno istaknuta i stara i nova cijena

željenog kaputa. U svijetu se ovakvo što ne može dogoditi. Kod nas zakon pogoduje trgovcima, a ne potrošačima, kažu u Hrvatskoj udruzi za zaštitu potrošača. – To je klasično zavaravanje protivnika. U Europi cijena koja se snižava mora biti minimalno 30 dana na artiklu. Kod nas nažalost to nije tako, pa trgovac mijenja cijenu kako želi – ističe Tomislav Lončar iz HUZP-a. Problem je i što kod nas malo ljudi gleda i prati cijene po dućanima, pa se rijetko i primijete obmane. – Najtragičnije je što u Hrvatskoj postoje akcije jer akcija znači da je cijena nekog proizvoda manja nego

Sniženje od 70% znači da minimalno petina robe mora biti toliko snižena

inače, ali trgovac na akciji nije dužan istaknuti staru cijenu, pa i ne znamo kolika je to uopće akcija i dobivamo li što njome – napominje Tomislav Lončar. Zamjena kupljene robe također se pokazala velikim problemom na rasprodajama. Zagrepčanka Martina S. redovito kupuje na sniženjima, a unatoč znatnoj uštedi, razočarana je činjenicom da je takvu robu gotovo nemoguće poslije zamijeniti. – Kupila sam traperice na sniženju. Kada sam došla kući, primijetila sam potrgan zatvarač na hlačama. Vratila sam se u trgovinu, ali mi je prodavačica rekla da robu kupljenu na sniže-

njima ne mijenjaju – kaže Martina S.

Nažalost, kod nas su još uvijek rijetke trgovine koje vraćaju novac ako se odustane od kupljenog proizvoda, a većina trgovaca na rasprodajama postavi natpise kako robu kupljenu na sniženju naknadno ne mijenjaju.

Ipak, robu s greškom trgovac je dužan izdvojiti od ostale robe.

Prijevara kreću od izloga

Da bi bilo gore, sniženja od 50, 60 ili čak 70 posto, koja prekrivaju izloge, najčešće ne odgovaraju situaciji koja dočeka kupce u trgovinama. Jedan ili dva artikla budu snižena 70 posto, a veći dio asortimana snižen je tek minimalno.

– Ako na izlogu piše sniženje od 70 posto, to znači da najmanje jedna petina robe u dućanu mora i biti snižena 70 posto i tako je u zakonu – objašnjava Tomislav Lončar te napominje kako potrošač ne može gotovo nikako provjeriti je li doista takva situacija u dućanu kako piše na izlogu.

– Roba na sniženju trebala bi biti odvojena od ostale robe. Najbolje za kupce bilo bi kada bi roba bila sortirana: proizvodi koji su sniženi 30 posto, oni koji su sniženi 70 posto i tako dalje. Tek tada bi kupac okvirno mogao vidjeti odgovara li reklama istini – ističe.

Na etiketi proizvoda, prema Zakonu o zaštiti potrošača, jasno mora biti istaknuta stara cijena te prekrížena i istaknuta nova cijena. Tako da ni natpisi koji se mogu vidjeti po trgovinama – npr. popust se odobrava na blagajni – u principu nisu u redu. Obrazovanje potrošača i njihovo informiranje o cijenama najbolji su lijek u borbi protiv trgovačkih prijevara.

Savjeti za pametan šoping

1 Informirajte se o cijenama prije rasprodaja

U Hrvatskoj udruzi za zaštitu potrošača napominju da bi kupci prije sniženja trebali zapisati cijene i kada sniženja počnu, vidjeti koliko je proizvod snižen i isplati li se kupnja na sniženju.

3 Ne kupujte kod onih koji nemaju jasno istaknutu cijenu

Trgovci moraju imati jasno istaknute cijene. Na rasprodajama to znači da na etiketi mora biti stara cijena i nova cijena. Ne kupujte kod onih trgovaca koji to nemaju, radije otiđite kod konkurencije.

2 Najlošiji potrošač je onaj koji impulzivno kupuje

Impulzivni potrošači su najgori, ali ih i ima najviše. Ne kupujte zato što je nešto sniženo, već samo ono što vam je potrebno, te se o cijenama tih proizvoda dobro informirajte.

4 Trgovac mora naplatiti cijenu koja je na artiklu

Trgovac je dužan kupcu naplatiti onu cijenu koja je jasno istaknuta na artiklu, a ne onu za koju trgovac kaže da je njemu u blagajni. Ako odbije učiniti tako, slobodno ga prijavite Inspektoratu.