

Dnevno hr 1.12.2013.



BOŽIĆNA GROZNICA

Kako supermarketi varaju na cijenama i vama prazne novčanike

Primjetili ste da se čokolade i igračke za Božić pojavljuju već u rujnu, za to postoji jako dobar razlog. Produljenje božićne sezone sve do kraja ljeta omogućuje trgovcima da provedu neke vrlo lukave, no savršeno zakonite popuste u studenom, kada nas počinje hvatati šoping groznica.f

Pedeset posto niže cijene sastavni su dio predbožićnih raspoloženja. Takve ponude uvijek izgledaju privlačno, jer kupci traže način kako što manje potrošiti na namirnice i ostale proizvode.

Što znači 'u pola cijene'? Lažne ponude supermarketa trebale su biti zabranjene još prošle godine nakon što su potpisane dobrovoljne smjernice Ureda za poštenu trgovinu.

Pravila nalažu kako se ne bi smjeli prodavati proizvodi po većoj cijeni, a kada nisu u sezoni namjerno im smanjuju cijene. Dok su supermarketi tvrde da se pridržavaju tih pravila, čini se da su neki vrlo blizu granice, prenosi tportal.hr.

Primjetili ste da se čokolade i igračke za Božić pojavljuju već u rujnu, za to postoji jako dobar razlog. Produljenje božićne sezone sve do kraja ljeta omogućuje trgovcima da provedu neke vrlo lukave, no savršeno zakonite popuste u studenom, kada nas počinje hvatati šoping groznica. Cilj prodaje čokolada i keksa u kolovozu po punoj cijeni samo to da bi ih se moglo prepoloviti u studenom, međutim to nije u skladu s potpisanim pravilima. Činjenica jest da su smjernice za ono što se smatra da je u sezoni i izvan sezone poprilično nejasne. Prodavaonice tvrde da je kraj kolovoza već početak božićnog razdoblja te da ne krše niti jedno pravilo!? Ipak, teško je dokazati da marketi napuhuju cijene izvan sezone te tvrde da su njihove cijene poštene i transparentne. No, kada pogledate cijene vina i žestica lako se otkriva taj takozvani jo-jo efekt cijena. Šest od deset boca vina u supermarketima je na posebnoj ponudi te je gotovo nemoguće ući u neki od supermarketa i ne uočiti 'fantastične' ponude. Naime, ne radi se povoljnoj ponudi, nego o jako dobrom marketinškom triku.

Autor: A.B.

- Photo: Nina Djurdjevic/PIXSELL
- Datum: nedjelja, 01. prosinca 2013. u 11:49

