

## 24 SATA 4.11.2015.

### Obmanjuju nas: Pakiranja sve veća, a sadržaja je sve manje

Na pakiranju piše koliko je proizvoda unutra, no ako prevelika ambalaža utječe na odluku potrošača o kupnji, riječ je o protuzakonitoj zavaravajućoj poslovnoj praksi

Piše: [Ana Trgovac](#)



24SATA

**Kupila sam kutiju žitnih pahuljica i zaprepastila se koliko je sadržaja zapravo u njima. U ogromnoj kutiji napuhana je vrećica, a tek na dnu te vrećice zaista se nalaze pahuljice, požalila nam se ljutita čitateljica.**

Nakon nekoliko sličnih pritužbi nasumično smo kupili 15-ak proizvoda. I došli do sličnih zaključaka kao čitateljica - u velikim ambalažama sadržaj se nalazi gotovo na samom dnu. Dok smo okretali žitne pahuljice, osjetili smo kako sadržaj klizi po kutiji, većinu pakiranja čipsa čini zrak, a i brusketi se u vrećici nalaze na samom dnu. Visina ambalaže čajnih kolutića je 23 centimetra, a kad je zatvorena, mjerimo da je u njoj samo 11 centimetara sadržaja.

To znači da je više od pola vrećice prazno. Vrećica s pralinama je visoka 16,5 centimetara, a u njoj je deset centimetara pralina. Iako takav načina mjerenja nije precizan, a visina izmjenjenog sadržaja varira ovisno o pritisku, očigledno je da su ambalaže prevelike. Kad se otvori, bombonijera izgleda kao da je u njoj više plastike nego čokolade. I pravna savjetnica osječkog Potrošačkog foruma Dunja Mak primijetila je da postoji velika ambalaža u kojoj se dobiva malo sadržaja.

- Znam za takve slučajeve. Javlja nam se u udruhu, a i sama sam nedavno kupila flaps u kojem je smokića bilo samo na dnu vrećice - kaže pravica Dunja Mak. Ona objašnjava da proizvođači koji nam prodaju malo sadržaja u naizgled prevelikim kutijama vjerojatno krše zakon.

- Činjenica je da proizvođači na ambalaži napišu točnu količinu neto sadržaja, no unatoč tome prevelike kutije mogu biti kršenje zakona. Zakon o zaštiti potrošača u članku 33. kaže da je zavaravajuća poslovna praksa davanje netočne informacije. No u istom članku piše i da je praksa zavaravajuća i kad se potrošaču daju činjenično točne informacije, ali one zavaravaju ili je vjerojatno da će zavarati prosječnog potrošača ili ga vjerojatno natjerati da donese odluku o kupnji koju inače ne bi donio - objašnjava Mak i dodaje da potrošači ne gledaju pomno što piše na deklaraciji nego kupuju "odokativno". Ako im pakiranje izgleda veliko, misle da će dobiti i puno sadržaja.

Kazne za zavaravajuće poslovne prakse su i do 100.000 kuna. Da je riječ o sivoj zoni, misli i eurozastupnica Biljana Borzan, koja je u Europskom parlamentu pitala do kada nam trgovci i proizvođači misle prodavati zrak. Podsjetila je da je Europski parlament još 2012. godine donio uredbu o zavaravajućim pakiranjima koji spadaju u kategoriju nepoštene poslovne prakse, koja se kažnjava.

No sankcija za nepoštene proizvođače nema jer se ne može odrediti što je točno zavaravajuće pakiranje. Dok se to ne odredi, trgovci i proizvođači mogu raditi što ih je volja. Borzan napominje da je još europskom Direktivom iz 1994. godine zabranjeno koristiti prevelike količine materijala pri pakiranju proizvoda.

- No, primjerice, neki proizvodi za djecu i danas na europskom tržištu su upakirani tako da potrošač, ako pomno ne pročita etiketu, pomisli kako je unutra više slatkiša nego što stvarno jest - kazala je Borzan. Ipak, smatra da bi uskoro moglo doći do pomaka. Europska povjerenica za unutarnje tržište, Elzbieta Bieńkowska, kazala je kako Europska komisija ove godine kreće u procjenu učinka Direktive o nominalnoj količini upakiranih proizvoda iz 2007. pa će prema rezultatima odrediti ima li potrebe za dodatnom regulacijom. Dok Europska komisija revidira direktivu, Biljana Borzan kaže kako će uputiti pisanu deklaraciju o zavaravajućim pakiranjima.

- Skrenut ćemo pozornost na četiri ključna problema s kojima se potrošači svakodnevno susreću. To je problem lažnih gratis proizvoda, gdje je dodatni gratis proizvod dijelom ili čak u potpunosti naplaćen. To su i proizvodi kojima se daje poklon u obliku trećeg proizvoda, poput krpe uz sredstva za čišćenje, gdje je prosječnom kupcu još teže utvrditi je li i u kolikoj mjeri taj proizvod naplaćen.

To su, naravno, i obmane vezane uz količinu: prevelike ambalaže, neprimjetno stanjivanje standardiziranih proizvoda, poput čokolada i slično, ili prodavanje, primjerice, čašica jogurta od 125 grama u Njemačkoj i istog jogurta od 120 grama u Hrvatskoj - rekla je Borzan. Na popisu obmanjujućih praksi proizvođača i trgovaca su i ambalaže koje nalikuju na poznate brendove te obmane vezane uz dodatnu kvalitetu, odnosno stavljanje lažnih oznaka na proizvod koji daju dojam da je proizvod poboljšan.



a

## Pakiranje za 250 grama veće je od onog za 300

**PREVARENI** Istraživanje Europske komisije pokazalo da je čak 73 posto potrošača prevarila prevelika ambalaža. Stručnjaci savjetuju da se žalimo proizvođačima

Prema istraživanju Europske komisije, čak 73 posto potrošača osjetilo se prevarenim zbog nesrazmjera ambalaže i stvarnog sadržaja. Nedavno je i Consumer Reports, američki magazin koji piše o potrošačkim pravima, objavio priču o ogromnim pakiranjima čiji se sadržaj nalazi tek na dnu. Urednik časopisa rekao je da se kao potrošač i sam osjeća prevarenim.

- Ljutit sam. U tim situacijama zovem besplatni broj telefona za potrošače koji se nalazi na pakiranjima. I dosadan sam im - rekao je urednik magazina.

I pravna savjetnica Dunja Mak misli da bi potrošači trebali pažljivo čitati deklaracije, trgovca pitati sve što ih zanima te da zvanje besplatnog potrošačkog telefona nije na odmet.

- To nikako ne može štetiti. Nedavno nam se u Potrošački forum javila potrošačica koja je kupila dvije čokolade. Kad ih je otvorila, unatoč činjenici da nije bila riječ o bijelim čokoladama, shvatila je da su posve blijede. Javila se proizvođaču, koji joj je, osim isprike, uputio poklon-paket. Potrošači moraju bolje znati svoja prava, a moraju se i truditi da se ta prava poštuju - zaključuje Dunja Mak.

Inače, u našem testiranju našli smo i pozitivan primjer. To su Vitalis žitarice. Iako je i njima gotovo pola kutije prazno, ta kutija je puno manja od čokoladnih jastučića tvrtke Naturel. Vitalis pahuljice imaju 300 grama, a 250 grama jastučića se "razbacalo" po puno većoj kutiji.



### SAMO JE 16 KEKSA U KUTIJI, A STANE VIŠE

**VELIKA OČEKIVANJA** Neto pakiranje Koestlinovih keksa je 160 grama. To je 16 keksa, a kutija je dovoljno velika da u nju stane puno više i lako će zavarati brzopletog kupca.



### PUNO PLASTIKE, A MALO ČOKOLADE

**SAMO 124 GRAMA** Očekivali smo gozbu, no u bombonijeri smo među plastikom našli samo 16 srčolikih pralina. U velikoj kutiji je samo 124 grama čokolade.



### KRUŠČIĆI SU SAMO NA DNU

**11 CM ZRAKA** Vrećica Bruschette Marettija visoka je 18 centimetara. U zatvorenoj vrećici visina sadržaja ne prelazi sedam centimetara. U vrećici je samo 70 grama.

24sa

ta



### POLA VREĆICE JE PRAZNO

**PRŽENI KRUŠČIĆI** Visina zatvorene vrećice je 22 centimetra. U vrećici je samo 13 centimetara sadržaja. Kad se opipa, prženi kruščići jedva prelaze pola pakiranja.



### TORTILJE ĆE ZBOG ZRAKA DULJE TRAJATI?

**200 GRAMA ČIPSA** Vrećica tortilja čipsa visoka je 30 centimetara. Samo je pola ispunjeno sadržajem. Proizvođači kažu da velike vrećice čuvaju trajnost proizvoda.



### SLASTAN ZRAK OKO ČAJNIH KOLUTIĆA

**350 GRAMA KEKSA** I pola vrećice čajnih kolutića ispunjava zrak. No u vrećici je 350 grama keksa, što i nije najdrastičniji primjer velike ambalaže i malo sadržaja.

24

sata



### **SAMO SU TREĆINA VREĆICE SLATKIŠI**

**IMA 200 GRAMA** Zatvorena vrećica sa slatkišima visoka je 16,5 centimetara. Već pod rukom se osjeti malo sadržaja. Ima ga u visini od 5,5 centimetara.



### **ČIPS JE JEDVA PREKRIO DNO**

**'OSJEĆAM SE PREVARENO'** Otvorim vrećicu, a čips se nalazi na samom dnu, primijetila je i eurozastupnica Biljana Borzan. Takav je bio slučaj i s Chio čipsom.



### SAMO 65 GRAMA GRICKALICA

#### MEDE NAS RAZOČARALI

Djeluju tako pitomo, ali medeka je na kraju također bilo samo na dnu vrećice. U velikoj vrećici samo je 65 grama proizvoda.



### BOMBONA IMA DOVOLJNO

#### ČAK 30 GRAMA

U kutiji Angry Birds je 30 grama bombona. No kutija je jako mala, pa je ovo relativno dobar primjer kako napuniti kutiju s dosta sadržaja.

24sata



### U VREĆICI KEKSI I ZRAK

**I PUNO JE PRAZNO** Puna vrećica visoka je 19 centimetara. Ravnalo kaže da zrak zauzima devet centimetara. U povećoj vrećici je 250 grama keksića s čokoladom.



### STALO BI JOŠ TOLIKO BANANICA

**STANE JOŠ TOLIKO** Čokoladne bananice od naranče imaju 150 grama. Prema slobodnoj procjeni, u vrećicu bi stalo još barem toliko bananica.



### TRI PUTA VEĆA KUTIJA, MALO VIŠE SADRŽAJA

**VELIKA KUTIJA** Pakiranje Bruggen pahuljica je tri puta veće od onog Vitalisovih žitarica. U Vitalisovoj kutiji je 300 grama žitarica, a u Bruggenu je 500 grama.

24sa

Tagovi: [pakiranja](#)