

Jak CiÄ™ oszukujÄ™....

Polscy konsumenci, coraz czÄ™ciej padajÄ™ ofiarÄ™, oszukujÄ™cych ich producentÄ™w i sprzedawcÄ™w, w formie downsizingu czyli zmniejszania wagi towaru bez wiedzy konsumentÄ™w.

Ä™

PrzejawÄ™ downsizingu jest mnÄ™stwo. Problem nasila siÄ™ od kilku lat, gdyÅ¼ wielu producentÄ™w walczy w sposÅ³b tak niegodny i nieuczciwy o wiÄ™kszy zysk, po prostu oszukujÄ™c konsumentów i wprowadzajÄ™c ich w bÄ™Ä™d. ZdajÄ™ sobie l moÅ¼e sprawÄ™ z tego, Å¼e podniesienie cen mogÄ™by doprowadziÄ™ do zmniejszenia sprzedaÅ¼y dlatego chcÄ™ w taki podstÄ™pny sposÅ³b zachowaÄ™ sprzedaÅ¼ na duÅ¼ym poziomie zwiÄ™kszajÄ™c swoje zyski kosztem konsumentÄ™w.

Ä™

Problem ten dotyczy praktycznie wszystkich kategorii produktÄ™w. NieuczciwoÄ™ producentÄ™w i sprzedawcÄ™w, polega na oszukiwaniu pozornÄ™ wielkoÄ™ci opakowania wiÄ™kszego lub wykorzystaniem nieÄ™wiadomoÄ™ci i niewiedzy konsumenta to opakowanie jest mniejsze, niÅ¼ konsument myÅ³li.

Ä™

Samo zmniejszanie opakowaÄ™, jest caÄ™kowicie legalne. Nielegalne jest nieinformowanie o tym, Å¼e jest to mniejsze opakowanie, poprzez ukrywanie tej informacji poprzez maÄ™e napisy o wielkoÄ™ci i sprzedaÅ¼ nietypowych wielkoÄ™ci bez wiedzy konsumenta. Konsument, w takim przypadku moÅ¼e odstÄ™piÄ™ od umowy, uzasadniajÄ™c to, Å¼e nie zostaÄ™ poinformowany, Å¼e to mniejsze opakowanie lub wprost, Å¼e zostaÄ™ oszukany ze sprzedano muÄ™ mniejsze opakowanie niÅ¼ wiedziaÄ™. JeÄ™li opakowanie jest mniejsze, to ta informacja powinna byÄ™ wyraÄ™na. CzÄ™sto moÅ¼na trafiÄ™ na zmniejszone kostki masÄ™a, opakowania lodÄ™w, zmniejszone desery i jogurty, zmniejszone batony dla dzieci i czekolady, ale teÅ¼ zmniejszone mydeÄ™ka, zmniejszone opakowania kremÄ™w czy wody toaletowej, perfum.

W sprzedaÅ¼y roÄ™nie popularnoÄ™Ä™ nietypowych wielkoÄ™ci - kostka masÄ™a 200 g lub mniej zamiast 250 g, flakonÄ™w 75-mililitrowych, zamiast "setki" 100 ml. Takie opakowania - kostki, flakony sÄ™ czÄ™sto odrobinÄ™ taÄ™sze lub majÄ™ tÄ™ sam sugerujÄ™c, Å¼e to promocja lub zakup w okazyjnej cenie.

Ä™

Konsument czÄ™sto myÅ³li, Å¼e kupuje 250 gramÄ™w, 100 mililitrÄ™w - w koÄ™cu takÄ™ wagÄ™, objÄ™toÄ™Ä™ miaÄ™o zazwyczaj opakowanie.

Problem dotyczy teÅ¼ nowoÄ™ci - na przykÄ™adzie nowego masÄ™a, kremu, deseru ,wody toaletowej - konsument jest oszukiwany, Å¼e to towar atrakcyjny, lepszy, w dobrej cenie, a przy zakupie najczÄ™ciej nie wie, Å¼e w rzeczywistoÄ™ci kupuje za cenÄ™ wyÅ¼szÄ™... mniejsze opakowanie.

Bardzo popularnym sposobem oszukiwania, jest zwiÄ™kszanie rozmaru opakowania lub w tym samym opakowaniu sprzedaÅ¼ mniejszej zawartoÄ™ci, poprzez umieszczanie dodatkowych pustych komÄ™r w opakowaniach z ciastkami.

Nie moÅ¼na powiedzieÄ™, Å¼e sam downsizing, jest niezgodny z prawem. Niezgodne z prawem, sÄ™ wszystkie sytuacje sprzedaÅ¼y konsumentowi, towaru o mniejszej iloÄ™ci-gramaturze czyli wadze, bez jego wiedzy i Ä™wiadomoÄ™ci.

Niezgodne z prawem, jest teÅ¼ stosowanie wszelkich technik, ktÅ³re takie bÄ™Ä™dne wraÅ¼enie u konsumenta majÄ™ wywoÄ™aÄ™, by go wprowadziÄ™ w bÄ™Ä™d.

Ä™

Producenci i sprzedawcy twierdÄ™... Å¼e klient rzekomo wie o zmniejszonej wadze - zazwyczaj jednak konsument nie wie, a odpowiednia informacja jest umieszczona bardzo maÄ™ym napisem - mniejszym niÅ¼ zwykle - bardzo maÄ™,Ä™ czcionkÄ™... z tyÄ™u opakowania. Konsument moÅ¼e wiÄ™c twierdziÄ™, Å¼e zostaÄ™ wprowadzony w bÄ™Ä™d i w zwiÄ™zku z tym domagaÄ™ zwrotu pieniÄ™dzy.

Ä™

AW

