

Bądź świadomym konsumentem

Kampania dla konsumentów w wieku **60+**



Publikacja jest częścią kampanii edukacyjnej „Bądź świadomym konsumentem” realizowanej na zlecenie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Wykonawca kampanii:



Stowarzyszenie Konsumentów Polskich
Ul. Gizów 6
01-249 Warszawa
Tel. 22 634 06 68
e-mail: sekretariat@konsumenci.org
www.konsumenci.org



Biuro Projektu:
F5 Consulting Sp. z o.o.
Ul. Składowa 5
61-897 Poznań
Tel. 61 856 69 60
Faks 61 853 02 95

Informacje dot. kampanii dostępne są na stronie www.f5.pl/Konsument60plus

Opracowanie:
Sybilla Graczyk
Grażyna Rokicka

Rysunki:
Tomasz Odziemczyk

Skład i przygotowanie do druku:
Piotr Machałowski



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Plac Powstańców Warszawy 1
00-950 Warszawa
Tel. 22 55 60 800
e-mail: uokik@uokik.gov.pl
www.uokik.gov.pl

Projekt finansowany ze środków Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Warszawa / Poznań 2011 r.

ISBN 978-83-60632-65-9

Copyright by Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

Wszyscy jesteśmy konsumentami: kupujemy żywność i towary przemysłowe, zamawiamy też usługi.

Niestety, każdy z nas miał zapewne do czynienia z wadliwymi produktami i nieuprzejmymi sprzedawcami bądź usługodawcami.

Mamy nadzieję, że z tym przewodnikiem zakupy staną się łatwiejsze.

Stowarzyszenie Konsumentów Polskich
F5 Consulting Sp. z o.o.
Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów


Karty kredytowe i debetowe

Pani Jadwiga niedawno przeszła na emeryturę. Wolny czas zamierza spędzać głównie z rodziną, sąsiadami i gronem wypróbowanych przyjaciół, więc nie obawia się braku zajęć. Odczuwa jednak pewien niepokój związany z kosztami życia – mieszka samotnie, a emerytura jest przecież niższa niż jej dotychczasowa pensja. Tymczasem bank, w którym od wielu lat ma konto oszczędnościowe, przysłał właśnie ofertę wydania karty kredytowej.

Korzystanie z karty kredytowej jest tak naprawdę formą kredytu konsumenckiego. Za pomocą karty kredytowej można dokonywać zakupów z późniejszym (przesuniętym) terminem płatności. Przy zakupach na kartę kredytową nie jest konieczne posiadanie funduszy na rachunku bankowym. Bank, przed podpisaniem umowy o kartę, oceni nasze ryzyko kredytowe i ustali wysokość limitu kredytowego. Niespłacenie w terminie zadłużenia na karcie kredytowej jest zwykle bardzo kosztowne, dlatego jeśli chcemy korzystać z karty kredytowej, musimy szczególnie pilnować terminów spłaty zadłużenia.

Pani Jadwiga ma już jedną kartę do swojego rachunku i nie bardzo rozumie, dlaczego bank namawia ją na zamówienie drugiej. Po wizycie w banku okazało się, że dotychczasowa karta Pani Jadwigi to inny rodzaj karty – karta debetowa.


Karta debetowa wydawana jest do rachunku bankowego i podobnie jak karta kredytowa umożliwia płacenie za zakupy, ale kwota transakcji nie może przekroczyć stanu środków dostępnych na koncie posiadacza karty. Do wypłacania pieniędzy w bankomacie używamy właśnie takiej karty, a nie karty kredytowej, w przypadku której wypłata z bankomatu obciążona jest na ogół wysoką prowizją.

 Kiedy Pani Jadwiga poprosiła w swoim banku o wzór umowy do karty kredytowej, pracownik banku próbował ją namówić do natychmiastowego zawarcia umowy, przekonując, że to świetna okazja. Na szczęście Pani Jadwiga nie uległa presji i postanowiła zapoznać się z warunkami umowy w domu (zwłaszcza, że literki były bardzo małe, a tekstu – dużo).

Jeśli chcemy mieć kartę kredytową, nie musimy korzystać z oferty banku, w którym mamy konto. Warto sprawdzić, czy inne banki nie oferują lepszych warunków, np. niższego oprocentowania i dłuższych terminów spłaty zadłużenia.

Konsument ma prawo dokładnie zapoznać się z warunkami proponowanej umowy. Od umowy o kartę płatniczą konsument może odstąpić w terminie 14 dni od otrzymania pierwszej karty pod warunkiem, że nie dokonał tą kartą żadnej operacji.

Poza tym w przypadku umów o kredyt konsumencki, konsument ma zapewniony czas do namysłu – może zmienić zdanie i od umowy odstąpić w ciągu 10 dni od zawarcia umowy, a dla umów zawieranych po 17 grudnia 2011 roku – w ciągu 14 dni od jej zawarcia. Oświadczenie o odstąpieniu od umowy należy złożyć na piśmie.

 Po przeczytaniu umowy proponowanej przez bank i konsultacjach z dziećmi, Pani Jadwiga zawarła umowę o kartę kredytową. Dzieci przekonały ją, że bezpieczniej jest mieć kartę kredytową niż w razie braku pieniędzy na jakiś nieprzewidziany zakup, korzystać z szybkiej pożyczki czy kredytu. Takie szybkie pożyczki są zwykle najdroższe. Pani Jadwiga musi tylko pamiętać, aby dobrze chronić swoją kartę i nie nosić przy sobie kartki z zapisanym numerem PIN. Musi także być ostrożna i nie podawać PINu nikomu, nawet jeśli osoba

telefonująca przedstawia się jako pracownik banku i twierdzi, że musi zweryfikować dane Pani Jadwigi. Banki nigdy nie stosują takich praktyk!!!

Podpisując umowę w banku, Pani Jadwiga zwróciła uwagę na punkt mówiący o tym, że wyraża zgodę na przetwarzanie jej danych osobowych przez bank w celach marketingowych. Ponieważ uznała, iż nie chce otrzymywać kolejnych folderów, ulotek i informacji – nie złożyła podpisu w tym miejscu.



Cena i inne informacje

Z kartą kredytową w portfelu i sąsiadką – Panią Zosią – dla towarzystwa, Pani Jadwiga wybrała się na zakupy do pobliskiego marketu. Każda z nich miała swoją listę zakupów: raz – żeby niczego nie zapomnieć, dwa – żeby nie dać się skusić na ewentualne „promocje” i zakup niepotrzebnych rzeczy. Zaczęły od półki z makaronem. Pani Zosia szybko wybrała opakowanie ulubionych „świderków”, ale Pani Jadwiga zwróciła jej uwagę na cenę.

Dla wielu konsumentów cena jest jednym z ważniejszych, jeśli nie najważniejszym kryterium podjęcia decyzji o zakupie. Jest także podstawowym warunkiem umowy zawieranej ze sprzedawcą, więc obie strony powinny zadbać, by warunek ten był jasno określony. Stosując przejrzysty system oznaczania cen towarów, sprzedawca ułatwia sobie pracę, a przede wszystkim postępuje zgodnie z przepisami. Nie może zapominać, że ciąży na nim obowiązek nie tylko podania ceny danego towaru (np. za butelkę octu czy paczkę makaronu), ale także ceny za jednostkę miary (np. litr octu czy kilogram makaronu).

- Po porównaniu cen za kilogram różnych makaronów (były podane na karteczkach na półce z makaronami), Pani Zosia szybko zmieniła zdanie i wybrała tańsze „świderki” innej firmy. Kupując wędliny na wagę, Pani Jadwiga zdecydowała się na 10 dag szynki. Ekspedientka szybko rzuciła towar na wagę, ale sąsiadki zauważyły, że w środku zamiast ładnego plasterka są jakieś okrawki.

Konsument ma prawo wyboru, może wybrać sztuki towaru, które chce lub których nie chce nabyć. Wybiera, który z dostępnych w sklepie telewizorów lub którą parę butów kupi. Płacąc za szynkę w plasterkach, nie musi kupować w cenie szynki – okrawków.

Ponadto, jeżeli cena przy kasie okaże się inna (wyższa) od ceny, którą oznaczony jest towar – sprzedawca ma obowiązek zastosować cenę towaru z półki.

- Następnie sąsiadki zatrzymały się przy półce ze środkami czyszczącymi. Pani Zosia chciała kupić reklamowane w telewizji cudowne mleczko, usuwające bez wysiłku każdy tłuszcz i przypaleniznę. Pani Jadwiga miała do zapału sąsiadki sceptyczny stosunek, próbowała nawet zapytać o właściwości mleczka przechodzącego pracownika supermarketu, ale zbył ją jakimś mruknięciem. Potem, po włożeniu okularów, nie dopatrzyła się na etykiecie żadnych informacji w języku polskim. Pani Zosia jednak i tak wrzuciła mleczko do koszyka.

Sprzedawca ma obowiązek udzielenia kupującemu jasnych, zrozumiałych i niewprowadzających w błąd informacji o towarze konsumpcyjnym.

Sprzedawcą w rozumieniu prawa jest każda osoba obsługująca konsumentów w sklepie. Sprzedawcą jest oczywiście ekspedientka za ladą, ale jest nim także obsługa supermarketu. Dlatego, jeśli pracownik pytany o coś przez konsumenta, nie umie udzielić właściwej informacji, powinien zawołać natychmiast kompetentnego kolegę lub koleżankę. O lekceważącym zachowaniu sprzedawcy warto poinformować kierownika lub właściciela sklepu.

Etykieta każdego towaru konsumpcyjnego (żywnościowego i przemysłowego) musi zawierać informacje w języku polskim. Jeśli do towaru dołączona jest instrukcja obsługi – także ona musi być napisana po polsku.

Obowiązkowe informacje

- **Cena** – podawana jest przez sprzedawcę (usługodawcę) jako cena brutto, to znaczy, że musi zawierać wszystkie podatki, opłaty, narzuty. Cena ta jest ostateczną i całkowitą, którą konsument ma uiścić. Sprzedawca (usługodawca) nie może żądać wyższej ceny po zawarciu umowy.
- **Nazwa towaru** – nie może wprowadzać konsumentów w błąd. Np. jeśli towarem jest miks tłuszczowy, nazwa nie może sugerować, że jest to masło.
- **Określenie producenta** lub importera.
- **Znak zgodności** wymagany przez odrębne przepisy – np. obowiązek umieszczania na zabawkach oznakowania CE, które jest deklaracją producenta, że dany towar spełnia wszystkie wymogi bezpieczeństwa wynikające z odpowiednich przepisów Unii Europejskiej.

Przed zakupem koniecznie trzeba poznać wszystkie cechy towaru, aby uniknąć potem kłopotów i rozczarowania. Dotyczy to każdego produktu: żywności, kosmetyków, ubrań, butów, sprzętu sportowego. Jest to szczególnie ważne w przypadku produktów, które mogą być zagrożeniem dla zdrowia.

Dlatego należy uważnie czytać etykiety, ostrzeżenia znajdujące się na produktach oraz instrukcje obsługi, montażu, konserwacji.

Konsumenci lubią wszelkie „znaki jakości” umieszczane na etykietach i mają większe zaufanie do produktów, na których znaki się znajdują, nawet jeśli widzą taki znak pierwszy raz w życiu i nie wiedzą co on oznacza. Niestety, niektórzy producenci wykorzystują naiwność konsumentów i wprowadzają ich w błąd. Są jednak znaki przyznawane przez niezależne instytucje bądź organizacje (a nie przez samych producentów) produktom o wysokiej jakości lub o potwierdzonym badaniami bezpieczeństwie. Dlatego warto znać najpopularniejsze oznaczenia.

Znaki, które warto zapamiętać



Chociaż nie jest to znak jakości ani znak bezpieczeństwa – musi być umieszczany na ponad 20 grupach produktów sprzedawanych w krajach Unii Europejskiej (m.in. na zabawkach i urządzeniach elektrycznych). Umieszczając ten znak, producent informuje, że wyrób spełnia wymagania odpowiednich przepisów/dyrektyw Unii Europejskiej, które dotyczą bezpieczeństwa wyrobu dla ludzi i środowiska (co nie w każdym przypadku oznacza, że produkt był zbadany przez niezależne władze).



Polski Znak bezpieczeństwa „B” umieszczony na wyrobie jest informacją dla klienta i sprzedawcy, że bezpieczeństwo wyrobu zostało potwierdzone przez niezależną od producenta jednostkę certyfikującą¹, a jego produkcja jest nadzorowana przez tę jednostkę. Ponadto certyfikat „B” potwierdza, że dany wyrób, używany zgodnie z zasadami określonymi przez producenta, nie stanowi zagrożenia dla życia, zdrowia, mienia i środowiska.

¹ Znak bezpieczeństwa jest przyznawany przez Polskie Centrum Badań i Certyfikacji, które bada wyroby przed przyznaniem tego znaku.



Znak jakości „Q” jest przyznawany wyrobom krajowym i zagranicznym produkowanym seryjnie, charakteryzującym się ponadstandardową (wyższą niż przeciętna) jakością, walorami użytkowymi i zdrowotnymi. Ponadto produkty oznaczone takim znakiem spełniają wymagania dotyczące bezpieczeństwa użytkowania i ochrony środowiska.

Znaki ostrzegawcze dotyczące bezpieczeństwa produktów



Produkt toksyczny – stosowany do oznakowania m.in. takich produktów jak trutki na gryzonie, preparaty chwastobójcze i owadobójcze, detergenty do mycia naczyń, środki wybielające, środki dezynfekujące.



Produkt żrący – stosowany do oznakowania niektórych produktów używanych do czyszczenia np. sanitariatów, urządzeń kuchennych, glazury, oraz do stężonych kwasów i zasad.



Produkt łatwopalny – oznacza, że nie wolno zbliżać produktu do ognia, ani go ogrzewać. Znak ten występuje między innymi na opakowaniach dezodorantów i innych produktów w aerozolu.



Produkt drażniący – stosowany do oznakowania takich produktów jak środki wybielające, terpentyna stosowana jako rozpuszczalnik farb i lakierów oraz do wyrobu past do obuwia i podłóg, środki czyszczące stosowane w gospodarstwie domowym itp.

Oznakowanie zabawek

Wszystkim nam zależy na bezpieczeństwie dzieci. Dlatego należy zwracać szczególną uwagę na oznakowanie zabawek. Kontrole wykazują, że wiele zabawek nie spełnia przewidzianych przepisami wymagań.

Na każdej zabawce albo jej opakowaniu musi być umieszczone:

- Oznakowanie CE (w sposób widoczny, czytelny i trwały).
- Informacje zawierające nazwę i adres producenta oraz importera.
- W przypadku małych zabawek i zabawek składających się z małych części, informacje mogą być umieszczone na ich opakowaniu oraz na etykiecie albo ulotce dołączonej do zabawki – warto przechowywać te dokumenty.
- Informacje umożliwiające identyfikację zabawki.
- Różne ostrzeżenia, przykładowo:
 - „Do użytku pod bezpośrednim nadzorem osoby dorosłej” – w przypadku zabawek funkcjonalnych, np. maszyny do szycia, mikroskopu, narzędzi do rzeczywistego użycia;
 - „Należy stosować środki ochrony indywidualnej. Nie używać w ruchu ulicznym” – w przypadku rolek, wrotek, łyżworolek, deskorolek, hulajnóg, rowerków dziecięcych, które są zabawkami;
 - „Do używania jedynie w wodzie, na głębokości, na której dziecko wyczuwa dno pod nogami, oraz pod nadzorem osoby dorosłej” – w przypadku zabawek do zabawy w wodzie, przeznaczonych do utrzymywania masy dziecka;
 - W przypadku zabawek chemicznych, np. zestawów chemicznych, miniaturowych pracowni ceramicznych, zestawów fotograficznych: „Nieodpowiednie dla dzieci w wieku poniżej ... lat. Do używania pod nadzorem osoby dorosłej”, przy czym o wieku decyduje producent.

Oznakowanie obuwia

Oznaczenia słowne i piktogramy rodzajów materiałów, z których wykonano części obuwia		Oznaczenia słowne i piktogramy części obuwia	
piktogram	oznaczenie słowne	piktogram	oznaczenie słowne
	skóra		wierzch
	skóra pokryta		podszewka z wyściółką
	materiał włókienniczy		spód
	inny materiał		

Buty są jednym z najczęściej reklamowanych produktów. Aby uniknąć przykrych niespodzianek, kupując buty należy zwracać uwagę na oznaczenia słowne i piktogramy (czyli oznakowanie obuwia za pomocą symboli). Oznakowania te pomogą wybrać obuwie odpowiednie do naszych potrzeb (jest to szczególnie ważne np. dla alergików, których pewne materiały mogą uczulać). Poza tym oznakowanie wskazuje, w jaki sposób konserwować i czyścić obuwie.

Oznakowanie wyrobów włókienniczych

Na większości tekstyliów znajdziemy informację o składzie surowcowym i sposobie konserwacji (musi być po polsku). Wyroby włókiennicze produkowane są z różnych materiałów (uwaga alergicy!), dlatego trzeba je prać, suszyć i prasować w odpowiedni sposób. Oto niektóre symbole, które można znaleźć na etykiecie lub wszywc²:



Pranie ręczne w maksymalnej temperaturze 40°C.



Nie prać w wodzie!!!
(bardzo delikatne wyroby bawełniane i jedwabne).



Nie czyścić chemicznie!



Nie prasować!



Dozwolone wybielanie tylko środkiem tlenowym, nie chlorowym.



Ociekanie - suszyć w stanie rozwieszonym, bez uprzedniego wirowania/wyżymania.



Suszyć w stanie rozłożonym, bez uprzedniego wirowania/wyżymania.



Nie suszyć w suszarce bębnowej!

²Wg PN-EN ISO 3758:2006.

Niezgodność towaru z umową

- Niestety, cudowne mleczko kupione przez Panią Zosię nie usunęło przypalenizny z patelni i wróciła z nim kilka dni później do sklepu, żeby odzyskać wydane pieniądze.

Sprzedawca w świetle przepisów odpowiada za niezgodność towaru z umową, a towar jest niezgodny z umową, jeśli podane konsumentowi informacje o towarze są nieprawdziwe, mylące lub jeśli towar nie posiada cech, o których zapewniał sprzedawca (np. mleczko do czyszczenia miało usuwać przypaleniznę, a tak nie jest). Dotyczy to także informacji podawanych w reklamie, nawet jeśli reklamy nie tworzy i nie upowszechnia sprzedawca. Dlatego dbając o swój interes, powinien on zadbać o handlowanie towarami, których reklamy są rzetelne.

- Reklamacja Pani Zosi była więc w pełni uzasadniona. Niestety, sprzedawca (czyli pracownik w punkcie obsługi klienta w supermarkecie) był innego zdania i nie chciał w ogóle z nią rozmawiać.

Pani Zosia miała jednak w domu telefon do powiatowego rzecznika konsumentów. Zadzwoiła tam i upewniła się, jak należy postępować składając reklamację:

- Jest w rozumieniu prawa konsumentem, bo kupiła mleczko do czyszczenia dla własnych potrzeb, a nie jako pracownik firmy, ani do sprzątnięcia w celach zarobkowych.
- Jako konsument zawarła umowę, warunki tej umowy są opisane na paragonie (wiadomo co kupiła, w jakiej cenie, od kogo i kiedy).
- Kupiła właśnie to mleczko, żeby łatwo czyścić przypalone naczynia kuchenne. Reklamy mleczka są często emitowane w telewizji i sprzedawcy na pewno je znają, więc wiedzą, czego ma prawo oczekiwać konsument.

- Niestety, mleczko nie jest skuteczne. To oznacza, że jest niezgodne z zawartą umową, a towar niezgodny z umową można reklamować u sprzedawcy (w sklepie, w którym dokonano zakupu).
- Reklamację można złożyć w ciągu 2 lat od zakupu, ale nie później niż w ciągu dwóch miesięcy od wykrycia niezgodności towaru z umową.
- Sprzedawca nie może odmówić przyjęcia reklamacji. Jeśli uważa, że reklamacja jest nieuzasadniona, powinien jak najszybciej poinformować o tym konsumenta.
- Niestety, Pani Zosia popełniła też kilka błędów. Przede wszystkim reklamację powinna złożyć na piśmie, najlepiej wysyłając ją listem poleconym, żeby mieć dowód złożenia. Powinna też określić, w jaki sposób reklamacja ma być załatwiona przez sprzedawcę.

Składając reklamację, konsument może w pierwszej kolejności żądać doprowadzenia reklamowanego towaru do stanu zgodnego z umową poprzez:

- nieodpłatną naprawę albo
- wymianę na nowy.

W przypadku Pani Zosi ani naprawa, ani wymiana nie są możliwe, bo mleczka do czyszczenia naprawić się nie da, a każde nowe opakowanie będzie miało takie same cechy. W takiej sytuacji konsument ma prawo:

- żądać obniżenia ceny albo
- odstąpić od umowy (zażądać zwrotu pieniędzy).


UWAGA: Konsument nie może odstąpić od umowy, jeśli niezgodność towaru z umową jest NIEISTOTNA (np. odpadł guzik od bluzki).

- Pani Zosia nie chce już chodzić do sklepu w sprawie mleczka do czyszczenia. Swoją reklamację napisała na kartce papieru, wysłała do sklepu listem poleconym i czeka na ustosunkowanie się sprzedawcy do jej żądania.

Konsument ma być niezwłocznie poinformowany o tym, czy jego reklamacja została uznana. Jeśli sprzedawca nie ustosunkuje się do żądania konsumenta (naprawy bądź wymiany) w ciągu 14 dni – to uważa się, że uznał je za uzasadnione.

Konsument nie musi chodzić do sklepu, żeby się dowiedzieć, co z jego reklamacją – jeśli poda swój adres, sprzedawca powinien przesłać konsumentowi swoją odpowiedź na piśmie.

Reklamacje żywności

 Pani Zosia kupiła swój ulubiony jogurt w sklepie niedaleko domu. W domu okazało się, że jogurt jest spleśniały, mimo że jego termin przydatności do spożycia jeszcze nie minął.

Sprzedawca odpowiada za zgodność sprzedanego towaru żywnościowego z umową do upływu daty minimalnej trwałości lub terminu jego przydatności do spożycia. Jeśli konsument składa reklamację towaru paczkowanego, którego termin przydatności do spożycia upłynął, jego reklamacja prawdopodobnie nie będzie uwzględniona.

Równocześnie konsument nie może skutecznie złożyć reklamacji, gdy od otwarcia opakowania reklamowanego towaru paczkowanego upłynęło więcej niż 3 dni, a więc jak najbardziej uprawnione jest pytanie ze strony sprzedawcy, kiedy (ile dni wcześniej) konsument stwierdził niezgodność towaru z umową oraz kiedy otworzył opakowanie danego towaru.

Reklamowane mogą być także towary sprzedawane luzem, odmierzane w miejscu zakupu lub dostarczane do miejsca zamieszkania kupującego. W takim przypadku konsument musi zawiadomić sprzedawcę o wykrytej niezgodności towaru z umową w ciągu 3 dni od sprzedaży lub otrzymania towaru.

Jeżeli od strony formalnej reklamacja złożona jest prawidłowo (konsument dotrzymał wszystkich terminów), sprzedawca ocenia jej zasadność, a więc sprawdza, czy reklamowany towar jest faktycznie niezgodny z umową.

Niezgodność z umową może wynikać z faktu, że towar nie ma cech, o których ustnie zapewniał konsumenta sprzedawca (serek miał się

nadawać na sernik, a jest kwaśny), w oznakowaniu (produkt „0 kalorii” zawiera tłuszcz lub cukier) lub w reklamie. Zdarza się także, że towar żywnościowy jest po prostu zepsuty. Nawet jeśli nie jest to bezpośrednio winą sprzedawcy, ale wynika np. z błędów w transporcie, to sprzedawca odpowiada przed konsumentem, bo tylko z nim konsument zawierał umowę. Oczywiście po zaspokojeniu roszczeń konsumenta, wynikających z uwzględnionej reklamacji, sprzedawca może dochodzić odszkodowania od któregośkolwiek z poprzednich sprzedawców, jeżeli to ich działania lub zaniedbania doprowadziły do niezgodności towaru z umową.

Sposób załatwienia reklamacji

Konsument składając reklamację powinien określić, w jaki sposób reklamacja powinna być załatwiona.

W przypadku towarów żywnościowych zwykle nie może to być naprawa, więc żądaniem uprawnionym jest wymiana towaru niezgodnego z umową na nowy.

Gdyby jednak takie żądanie nie mogło być spełnione przez sprzedawcę w odpowiednim czasie (brak towaru) lub narażałoby kupującego na znaczne niedogodności (reklamowany towar był przeznaczony na przyjęcie, które odbyło się poprzedniego dnia, i teraz już konsumentowi nie jest potrzebny), konsument ma prawo domagać się stosownego obniżenia ceny albo odstąpić od umowy.

Oznakowanie żywności

Etykiety produktów spożywczych zawierają bardzo dużo cennych informacji. Zanim produkt wyląduje w koszyku, warto sprawdzić czy przypadkiem nie zawiera zbyt dużo soli, cukru czy tłuszczu.

Dużo – to znaczy ile?

W przeliczeniu na 100g produktu	Dużo to
cukier	10 g
tłuszcz	20 g
kwasy tłuszczowe nasycone	5 g
sód/sól	0,5 g/1,25 g

Według danych Brytyjskiej Agencji Standardów Żywnościowych

Żywność, którą kupujemy, rzadko jest produktem całkowicie naturalnym: zawiera różne substancje, których stosowanie zachęca konsumentów do kupna i umożliwia jej dłuższe przechowywanie. Jeśli nie chcemy jeść samej chemii – warto sprawdzić na etykiecie, ile i jakich dodatków jest w produkcie.

W krajach Unii Europejskiej istnieje lista „E”, która zawiera wszystkie uznane za bezpieczne dodatki do żywności. Aktualnie na tej liście znajduje się przeszło 2000 różnych związków. Posiadają one oznaczenia kodowe E i liczbę identyfikującą dany dodatek lub grupę dodatków (np. kwas askorbinowy, czyli witamina C, oznaczona jest jako E300).

Dodatki do żywności stosowane są m.in. w celu poprawienia smaku, zapachu, wyglądu, zwiększenia wartości odżywczej, przedłużenia trwałości. Starajmy się unikać produktów zawierających duże ilości takich dodatków. Im więcej dodatków, tym produkt mniej naturalny.

Czy chcemy jeść produkty zawierające składniki genetycznie modyfikowane (GMO)?

Informacja o tym, że produkt jest modyfikowany genetycznie, powinna znajdować się na etykietach produktów.

Organizmy genetycznie modyfikowane są to rośliny (a nawet zwierzęta), których pewne cechy, takie jak wielkość, kolor, waga, trwałość, a nawet smak i zapach, są efektem ingerencji człowieka. Modyfikacja genetyczna to zmiana jednego lub kilku genów, stosowana w celu zwiększenia odporności na choroby i szkodniki roślin, a także w celu zwiększenia plonów.

Do najczęściej modyfikowanych genetycznie roślin należą soja, kukurydza, zboża, pomidory i ziemniaki.

Aktualnie naukowcy nie posiadają żadnych dowodów szkodliwości spożywania GMO przez ludzi lub zwierzęta. Nie oznacza to jednak, że wszystko zostało już zbadane. Nie wiadomo, jaki będzie wpływ żywności modyfikowanej genetycznie na przyszłe pokolenia konsumentów.

Czy chcemy jeść żywność napromieniowaną?

Napromienianie żywności promieniowaniem jonizującym przedłuża jej trwałość, ale równocześnie powoduje niszczenie witamin i innych składników odżywczych. Stosowanie tej metody leży wyłącznie w interesie producenta, a nie konsumentów.

Przy użyciu promieniowania utrwaląc można: mięso kurczaków, ryby, owoce świeże i suszone (mango, papaję, truskawki, daktyle), ziemniaki, cebulę, pieczarki, nasiona roślin strączkowych (np. fasolę, groch), ryż, zboże, suszone przyprawy.

Utrwaloną w ten sposób żywność trudno odróżnić „na oko” od świeżej żywności. W celu oznaczenia napromieniowanej żywności używa się międzynarodowego symbolu:



Zwrot towaru bez wad

Pani Jadwiga kupiła sobie buty. Faktycznie, są zgodne z umową, ale nie podobały się koleżankom, więc się rozmyśliła. Ponieważ nie chodziła w nich wcale, chciała je zwrócić następnego dnia.

Kupując w sklepie towar, konsument zawiera umowę sprzedaży i sprzedawca nie ma obowiązku przyjęcia zwrotu kupionej rzeczy tylko dlatego, że konsument się rozmyślił.

Jednak niektóre sklepy przyznają konsumentom dobrowolnie prawo do namysłu: konsument może oddać rzecz kupioną, bez podania przyczyny, w terminie ustalonym ze sprzedawcą (np. siedmiu dni od dnia wydania towaru).

Konsument może też umówić się ze sprzedawcą co do możliwości zwrotu niewadliwego towaru. Warto wtedy zapisać ten dodatkowy warunek umowy, nawet odręcznie, np. na paragonie.

Co zrobić, jeśli uzasadniona reklamacja jest odrzucona?

Sprzedawcy stosują różne metody, żeby uniknąć odpowiedzialności z tytułu niezgodności towaru z umową lub zniechęcić konsumenta do dochodzenia od nich roszczeń.

Jeśli zamiast przyjąć reklamację, sprzedawca odsyła konsumenta do producenta lub do serwisu, konsument nie powinien rezygnować, ale podkreślić, że to sprzedawca jest dla niego stroną umowy i ma obowiązek przyjąć reklamację z tytułu niezgodności towaru z umową.

Jeśli sprzedawca odrzuca reklamację jako niezasadną, powołując się na opinię powołanego przez siebie rzeczoznawcy – konsument powinien pamiętać, że taka opinia nie jest rozstrzygająca dla sprawy ani wiążąca dla niego, i może w dalszym ciągu dochodzić swoich praw.

Kiedy sprzedawca odrzuci reklamację, można skierować sprawę do:

- mediacji, gdzie w imieniu konsumenta występują inspektorzy Inspekcji Handlowej,
- Polubownego Sądu Konsumentckiego (działającego przy Wojewódzkich Inspektoratach Inspekcji Handlowej),
- sądu powszechnego, korzystając z trybu postępowania uproszczonego,
- sądu powszechnego w postępowaniu zwykłym.

Warto wcześniej zasięgnąć porady u powiatowego/miejskiego rzecznika konsumentów lub w organizacji konsumenckiej. To kompetentne osoby, które np. pomogą sformułować stosowne pisma.

Gwarancja

- Pan Leszek kupił wymarzony telewizor. Niestety po dwóch miesiącach użytkowania telewizor się zepsuł. Zastanawia się, co zrobić. Czyta kartę gwarancyjną, którą wydał mu sprzedawca przy zakupie telewizora.

Wokół pojęcia gwarancji narosło wiele nieporozumień. Do błędnych należą między innymi następujące przekonania konsumentów:

- reklamację mogą składać tylko wtedy, gdy „mają gwarancję”,
- warunki gwarancji są regulowane przepisami prawa, a więc są jednako-
we dla wszystkich,
- producenci mają obowiązek udzielania gwarancji na niektóre towary.

Gwarancja może być udzielona przez producenta, sprzedawcę albo inny podmiot. Udzielenie gwarancji nie pozbawia konsumenta uprawnień przysługujących z tytułu niezgodności towaru z umową. Nawet jeśli na towar udzielona została gwarancja – **konsument nie musi z niej korzystać!** Może uznać, że lepiej jest skorzystać z tytułu niezgodności towaru z umową i złożyć reklamację do sprzedawcy, a nie do gwaranta.

Jeśli nie określono warunków gwarancji, czyli nie wiadomo, do czego zobowiązuje się gwarant – to nie udzielono gwarancji. Konsument powinien otrzymać dokument, który określa szczegółowo warunki gwarancji.

Decydując się na skorzystanie z gwarancji, konsument składa reklamację:

- **W miejscu wskazanym w gwarancji**
Może to być punkt serwisowy, sprzedawca albo producent – to zależy od gwaranta i musi być określone w warunkach gwarancji.
- **W terminie określonym w gwarancji**
Nie ma jednego, obowiązującego wszystkich, terminu trwania gwarancji. Jeśli termin wskazany w dokumencie gwarancyjnym jest krótszy niż dwa lata – warto się zastanowić, czy warunki gwarancji są dla konsumenta korzystne.
- **Wyłącznie z przyczyn, które są podane w dokumencie gwarancyjnym; zwykle jest to popsucie się sprzętu**
Zwykle też gwarant określa, jakich usterek nie obejmuje gwarancja. Należy sprawdzić, czy gwarant faktycznie za coś odpowiada, czy być może wymieniając uszkodzenia i usterki, które nie są objęte gwarancją, chce przekonać konsumenta, że nie powinien w ogóle składać reklamacji.

Nie ma jednego, ustalonego przez przepisy terminu rozpatrzenia ani terminu załatwienia reklamacji składanej z gwarancji. Terminy te powinny być określone w dokumencie gwarancyjnym. Jeśli termin nie jest określony, to gwarant powinien rozpatrzyć i załatwić reklamację „niezwłocznie”.

Pan Leszek powinien zwrócić szczególną uwagę na następujące warunki gwarancji:

Czas gwarancji

Na ile czasu gwarant (producent, sprzedawca lub importer) udziela gwarancji. Trzeba pamiętać, że w ciągu dwóch lat od wydania towaru można reklamować towar niezgodny z umową u sprzedawcy. Jeżeli więc gwarancja jest udzielona na okres krótszy niż dwa lata, to raczej nie jest to korzystne dla konsumenta.

Odpowiedzialność gwaranta

Czy gwarant faktycznie za coś odpowiada, czy być może wymieniając w dokumencie gwarancyjnym uszkodzenia i usterki, które nie są objęte gwarancją, chce przekonać konsumenta, że nie powinien w ogóle składać reklamacji.

Możliwość wymiany towaru na nowy

Czy w gwarancji przewidziano możliwość wymiany towaru na nowy, jeśli usterki się powtarzają. Często gwaranci nie przewidują takiej możliwości, co w praktyce oznacza, że dany towar będzie naprawiany po każdorazowym wystąpieniu usterki – być może w nieskończoność, a konsument musi użytkować buba, bo nie może ani żądać nowego egzemplarza, ani odstąpić od umowy. W takiej sytuacji lepiej jest, nie korzystając z gwarancji, od razu złożyć reklamację do sprzedawcy z tytułu niezgodności towaru z umową.

Lokalizacja punktów serwisowych

Czy wskazane w dokumencie gwarancyjnym punkty serwisowe znajdują się w pobliżu miejsca zamieszkania – w przeciwnym przypadku może się okazać, że aby skorzystać z gwarancji, trzeba wysłać lodówkę na drugi koniec Polski.

Przechowywanie opakowań

Czy warunkiem skorzystania z gwarancji nie jest zatrzymanie oryginalnych opakowań? Dla konsumenta mającego małe mieszkanie, ich przechowywanie, zwłaszcza jeśli są to duże pudła, może stanowić problem.

Sprzedaż poza lokalem przedsiębiorstwa

Pani Jadwiga znalazła w skrzynce pocztowej ulotkę zachęcającą do udziału w bardzo taniej wycieczce autokarowej do Lichenia. Namówiła jeszcze dwie koleżanki i w wyznaczonym dniu stawily się na miejscu zbiórki. Przewodnik był bardzo miły, dużo zobaczyły i jeszcze w cenie wycieczki zaproszono je na obiad do restauracji. Po obiedzie przewodnik rozpoczął prezentację wyjątkowych, szybko gotujących garnków. Zapewniał przy tym, że chociaż garnki wydają się być drogie, to cena jest okazjna, a w dodatku wystarczy wpłacić tylko zaliczkę, bo jest to zakup na raty.

Konsument coraz częściej może spotkać się z ofertą ze strony akwizytora, który bez zaproszenia odwiedza go w domu lub w miejscu pracy bądź namawia do kupna różnych towarów w czasie imprezy turystycznej. Prezenter – akwizytor stosuje specjalne techniki, które mają na celu przekonanie konsumenta, że ma do czynienia z wyjątkową, niepowtarzalną okazją. Konsument zaś może być zaskoczony i nieprzygotowany do podjęcia racjonalnej decyzji.

Jeśli konsument zdecyduje się na zakup w miejscu, które nie jest zazwyczaj przeznaczone do takiej działalności i nie jest oznaczone jako siedziba sprzedawcy – dochodzi do zawarcia umowy poza lokalem przedsiębiorstwa.

Koleżankom Pani Jadwigi garnki bardzo się spodobały, szybko podpisały umowę podsuniętą przez prezentera, wpłaciły żądaną sumę i z nowymi garnkami pod pachą wsiadły do autobusu. Dopiero wtedy zaczęły czytać otrzymane dokumenty. Okazało się, że oprócz umowy sprzedaży zawarły umowę kredytową z bankiem.

W przypadku umowy zawieranej poza lokalem przedsiębiorstwa sprzedawca musi przed zawarciem umowy poinformować konsumenta na piśmie o prawie odstąpienia od umowy. Konsument może od umowy odstąpić bez podania przyczyn (rozmyślić się) w terminie 10 dni od momentu zawarcia umowy. Żeby odstąpienie od umowy było skuteczne, konsument musi poinformować o swojej decyzji sprzedawcę

na piśmie, czyli w ciągu 10 dni od zawarcia umowy wysłać do firmy, której dane widnieją na umowie, list – najlepiej polecony. Oczywiście, jeśli konsument wcześniej otrzymał towar, musi go zwrócić. Przepisy nie określają wprost, kto ponosi koszty przesyłki zwracanego towaru. Jednak w świetle orzecznictwa można przyjąć, że koszty te ponosi sprzedawca. Sprzedawca nie ma prawa zastrzec, że takie odstąpienie od umowy wiąże się z koniecznością zapłacenia odstępnego.

Jeśli dodatkowo zawarta została umowa o kredyt konsumencki – także ona staje się nieważna.

Informacja o możliwości odstąpienia od umowy była w otrzymanych przez koleżanki dokumentach, jednak Pani Jadwiga zaczęła się zastanawiać, czy jeśli postanowią zwrócić kupione w czasie prezentacji garnki, nie przypadnie im wpłacona zaliczka. W umowie nie było nic na temat zaliczki.

Ostatecznie jedna z koleżanek Pani Jadwigi odstąpiła od umowy i zwróciła garnki, wysyłając je jako przesyłkę wartościową na adres sprzedawcy. Przedsiębiorca dokonał zwrotu wpłaconych przez nią pieniędzy, gdyż miał taki obowiązek.



Reklamowanie towaru kupionego poza lokalem przedsiębiorstwa

- Druga koleżanka zaczęła używać kupione garnki. Niestety, po miesiącu ucha w jednym garnku zaczęły się mocno chwiać, a jedno nawet odpadło. Co robić w takiej sytuacji?

Jeśli chodzi o prawa konsumentów do składania reklamacji i o odpowiedzialność sprzedawcy za niezgodność towaru z umową, nie jest istotna forma zawarcia umowy. Tak samo, jak w przypadku zakupu w sklepie, konsument może reklamować towar niezgodny z umową u sprzedawcy.

- W związku z tym koleżanka Pani Jadwigi wysyłała listem poleconym pismo reklamacyjne na adres sprzedawcy wskazany w umowie. Napisała, że żąda wymiany wadliwego garnka na nowy. Wkrótce skontaktował się z nią przedstawiciel sprzedawcy i ustalił termin dostarczenia nowego garnka i zabrania wadliwego. Sprzedawca wywiązał się bez zarzutu ze swoich obowiązków.

Zaliczka i zadatek

- Pani Jadwiga zamówiła wykonanie szafek kuchennych na wymiar. Wpłaciła wykonawcy zadatek. Wykonawca spóźnia się z rozpoczęciem wykonywania umowy tak dalece, że nie ma szans, żeby szafki zostały wykonane w terminie. Pani Jadwiga jest niezadowolona, chce odstąpić od umowy, ale niepokoi się, co z wpłaconymi przez nią pieniędzmi.

Kiedy jednym z warunków umowy jest dokonanie przedpłaty lub wpłaty części ustalonej ceny, konsument powinien mieć pewność, czy ta przedpłata to zaliczka, czy może zadatek. Różnica między zadatkiem i zaliczką jest poważna, zwłaszcza jeśli chodzi o skutki ewentualnego niedotrzymania warunków umowy.

Zaliczka to – mówiąc potocznie – wcześniej zapłacona część ustalonej ceny. Dotyczy to zarówno kupowania towarów, jak i zamawiania usług.

Jeśli więc umowa jest wykonana – konsument płaci cenę pomniejszoną o wcześniej wpłaconą zaliczkę. Jeśli natomiast umowa jest niewykonana lub wykonana nienależycie, zaliczka powinna być zwrócona konsumentowi, który ją wpłacił. W przypadku jednostronnego wypowiedzenia umowy przez konsumenta, należy mu się zwrot wpłaconej zaliczki.

Także wpłacony przez konsumenta **zadatek**, w razie wykonania umowy, zalicza się na poczet ceny. Natomiast w razie niewykonania umowy przez sprzedawcę (usługodawcę) konsument może, bez wyznaczenia terminu dodatkowego, odstąpić od umowy i zażądać od sprzedawcy sumy dwukrotnie wyższej od wpłaconego zadatku. Jeśli zaś to konsument, który wpłacił zadatek, nie wywiązuje się z umowy, sprzedawca (usługodawca) może odstąpić od umowy i otrzymany zadatek zachować.

W przypadku rozwiązania umowy za zgodą obu stron, zadatek powinien być zwrócony konsumentowi, ale wtedy nie ma obowiązku zapłaty sumy dwukrotnie wyższej. To samo dotyczy przypadku, gdy niewykonanie umowy nastąpiło wskutek okoliczności, za które żadna ze stron nie ponosi odpowiedzialności, albo za które ponoszą odpowiedzialność obie strony.

Należy uważać, aby w umowie było użyte odpowiednie słowo: zadatek bądź zaliczka – odpowiednio do funkcji, jaką ma pełnić.

Skoro wykonawca szafek nie dotrzymuje ustalonego terminu ich wykonania, Pani Jadwiga może odstąpić od umowy i zażądać zwrotu podwójnego zadatku.

Oferty składane przez telefon

Do pana Leszka zadzwoniła nieznajoma kobieta, twierdząc, że jego numer telefonu został wylosowany i że wygrał wspaniałą wycieczkę na Wyspy Kanaryjskie. Pan Leszek zawsze marzył o podróżach, więc zamiast się rozłączyć – nadstawił ucha. Potem szybko zapisał numer telefonu podany przez miłą panią, która zapewniła, że jeśli Pan Leszek oddzwoni pod wskazany numer, to dowie się szczegółów związanych z wycieczką.

Konsumenci są, niestety, narażeni na wiele nieuczciwych praktyk. Jednym z przykładów jest informowanie o rzekomej wygranej: może to być wycieczka albo luksusowy towar czy duża kwota pieniędzy. Do każdej informacji o wygranej należy podchodzić sceptycznie i przede wszystkim przypomnieć sobie, czy aby na pewno zgłaszaliśmy swój udział w jakimś konkursie.

■ Pan Leszek skuszony takim niespodziewanym uśmiechem losu nie zastanowił się, jak to możliwe, że coś wygrał – skoro nie brał udziału w żadnej grze. Mając z natury zaufanie do ludzi, oddzwonił pod wskazany numer. Rozmowa była długa i zakończyła się obietnicą przysłania Panu Leszkowi dwóch biletów na samolot. Niestety, bilety nigdy nie dotarły do skrzynki pocztowej, za to miesiąc później Pan Leszek musiał tłumaczyć żonie, skąd na rachunku telefonicznym pojawiły się kwoty wyższe od ich emerytur.



Jeśli warunkiem odebrania nagrody jest wpłacenie jakiejś kwoty (nazwanej np. opłatą manipulacyjną) lub oddzwonienie na nieznany nam numer – to prawie na pewno jest to próba oszustwa. Wpłacone pieniądze przepadną, a żadnej nagrody nie otrzymamy. Dzwoniąc pod nieznany numer telefonu, możemy być narażeni na połączenie w ramach bardzo drogiej taryfy, a nasz rachunek telefoniczny urośnie do rozmiarów przekraczających nasze możliwości finansowe.

■ Odbierając telefon z kolejną ofertą – tym razem zmiany operatora telefonicznego – Pan Leszek był już mądrzejszy. Wiedział, że zawieranie jakiegokolwiek umowy przez telefon to kupowanie „kota w worku”. Ponieważ chciał poznać warunki umowy proponowanej przez telemarketera, poprosił o przysłanie jej pocztą.

Zakupy z katalogu (na odległość)

Kiedy Pani Zosia stwierdziła, że bluzka kupiona przez nią z katalogu wysyłkowego firmy polecanej przez koleżankę, jest zupełnie inna niż na zdjęciu, Pan Leszek doradził żonie, by sprawdziła, co jest napisane w umowie. Pani Zosia zdziwiła się, o jaką umowę chodzi? Przecież nic nie podpisywała. Tymczasem warunki umowy były zamieszczone w katalogu, zaś Pani Zosia wypełniając i podpisując formularz zamówienia bluzki – wyraziła na nie zgodę. Co Pani Zosia ma zrobić z towarem, który nie spełnia jej oczekiwań?



Zawarcie umowy nie zawsze odbywa się przy jednoczesnej obecności sprzedawcy i kupującego. Możliwe są także inne formy sprzedaży, jak na przykład zamówienie na podstawie katalogu wysyłkowego, zamówienie złożone drogą mailową lub na formularzu wydrukowanym w reklamie prasowej. Jeśli konsument zawiera umowę ze sprzedawcą, nie spotykając go twarzą w twarz, to jest to tzw. **umowa na odległość**. W takich przypadkach konsumentowi gwarantowana jest szczególna ochrona. Polega ona na przyznaniu konsumentowi czasu do namysłu i obejrzenia przysłanego towaru, który wcześniej widział tylko na zdjęciu lub w Internecie. Ten czas do namysłu wynosi 10 dni od otrzymania towaru przez konsumenta. Innymi słowy w ciągu 10 dni konsument może odstąpić od umowy, musi jednak poinformować o tym sprzedawcę na piśmie – tak, jak w przypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa.

Mimo iż w katalogu nie było informacji o możliwości odstąpienia od umowy w ciągu 10 dni od otrzymania bluzki, 2 tygodnie później Pani Zosia, której żal było wydanych pieniędzy, postanowiła zwrócić bluzkę do sprzedawcy.

Jeśli sprzedawca nie poinformuje konsumenta przed zawarciem umowy na odległość o możliwości odstąpienia od niej w ciągu 10 dni od wydania towaru, termin do odstąpienia od umowy wynosi trzy miesiące od dnia otrzymania kupionej rzeczy przez konsumenta.

Poza tym, nawet jeśli termin odstąpienia od umowy bez podania przyczyn już upłynie, a towar jest niezgodny z umową, to można go reklamować w sposób opisany w przykładach z mleczkiem do czyszczenia i garnkami.

Pani Zosia ma więc dwie możliwości: albo skorzystać z wydłużonego o 3 miesiące terminu do odstąpienia od umowy, albo złożyć do sprzedawcy reklamację.

Zlecenie usługi, czyli dzieła, które nie jest rzeczą ruchomą

Zbliżały się imieniny kuzynki, więc Pani Jadwiga uznała, że nowa fryzura jest absolutnie niezbędna. Ponieważ jej stała fryzjerka była akurat na urlopie, poszła do innego niż zwykle zakładu. Ustaliła z fryzjerką kolor włosów po farbowaniu i ich długość. Niestety, efekt był daleki od oczekiwań: ciemny kasztan okazał się marchewką, a z długości do pół ucha po kilku ruchach nożyczkami został "żeżyk".

Konsumentem jest każdy z nas, również wtedy gdy zamawia/zleca usługę. Może to być oddanie spodni do pralni albo telewizora do naprawy. Konsumentami jesteśmy także u fryzjera i dentysty. Zamówienie usługi ma doprowadzić do określonego rezultatu, ale nie powstaje przy tym żadna rzecz ruchoma.

W przypadku takich umów konsument musi być szczególnie ostrożny i zamawiając usługę, powinien dokładnie określić, czego oczekuje od usługodawcy.

Najlepiej te oczekiwania, a więc zakres usługi, zapisać w umowie, chociaż w przypadku usługi fryzjerskiej może to się wydawać dziwne. Ma to jednak kolosalne znaczenie dla ewentualnego dowodzenia nieprawidłowości w wykonaniu umowy.

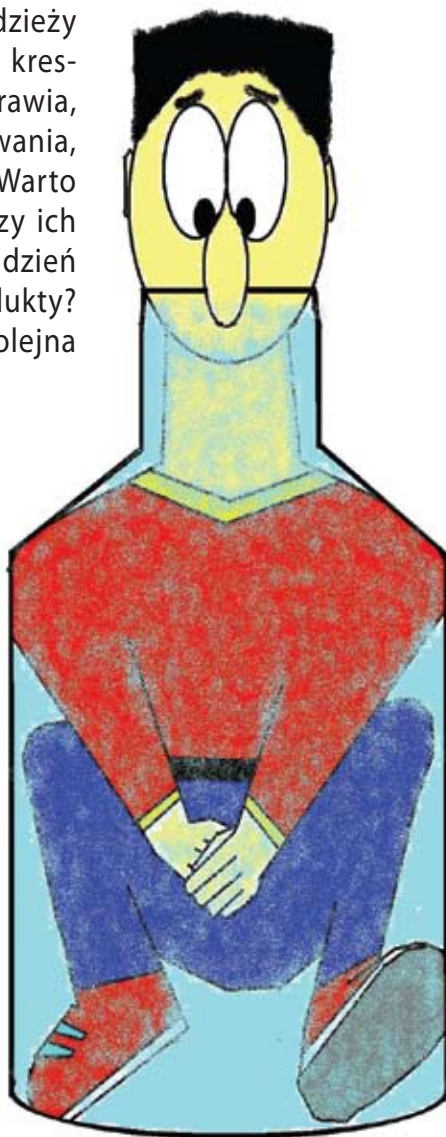
Jeśli usługa jest źle wykonana, konsument może żądać usunięcia wad. Jeżeli wady usunąć się nie dadzą, można zażądać obniżenia ceny za usługę.

Nie dajmy się złapać na marketingowe chwyt

- Wiele produktów pakuje się w duże opakowanie, chociaż nie wypełniają całej jego objętości (np. jogurt, krem albo pasta do zębów), tylko po to, żeby zrobić wrażenie, że kosztują mniej niż naprawdę (warto sprawdzić na etykiecie, za jaką ilość faktycznie płacimy).
- Ważne jest miejsce, w którym produkt jest dostępny: jeśli jest pod ręką – chętniej po niego sięgamy. Dlatego napoje gazowane i słodyczne dostępne są w szkołach, kinach, podczas wydarzeń sportowych, w centrach handlowych oraz na stacjach kolejowych, benzynowych i dworcach autobusowych.
- Również w sklepach ułożenie produktów nie jest przypadkowe:
 - Artykuły pierwszej potrzeby (np. mleko, pieczywo) umieszcza się najczęściej na końcu sklepu – może w drodze po bułeczki coś jeszcze włożymy do koszyka?
 - Batoniki i przekąski umieszcza się tuż przy kasach (może będziemy chcieli uprzyjemnić sobie czas stania w kolejce lub dzieci namówią rodziców na zakup).
 - Najdroższe artykuły znajdują się na wysokości oczu klientów – zwłaszcza ci, którzy się spieszą, nie będą się schylać ani patrzeć w górę, gdzie umieszcza się tańsze towary.

■ Często na opakowaniach produktów przeznaczonych dla dzieci i młodzieży znajdują się wizerunki bohaterów kreskówek lub zdjęcia gwiazd, co sprawia, że daną rzecz kupujemy dla opakowania, nie zważając na jej zawartość. Warto zastanowić się razem z dziećmi, czy ich idol rzeczywiście zajada na co dzień reklamowane przez siebie produkty? Czy może jest to dla niego tylko kolejna rola do zagrania?

■ W konkursach związanych z kupnem różnych produktów (zbieranie etykiet bądź kuponów wrzucanych do opakowań) istotne informacje o warunkach otrzymania nagrody są podawane najmniejszą czcionką, a wygrywają tylko nieliczni (przecież nie tylko my kupujemy coś z nadzieją na nagrodę). Tak zwane „promocje” są korzystne przede wszystkim dla producenta, który dzięki nim sprzedaje więcej swoich produktów.



■ Producenci sponsorują też programy telewizyjne, wydarzenia sportowe i muzyczne. Chodzi o to, żeby ich produkt kojarzył się nam z czymś przyjemnym. Również sprzedawcy wiedzą, jak uprzyjemnić nam zakupy. Nie bez przyczyny w niektórych sklepach są wyszczupełające lustra, korzystne oświetlenie, pogodna muzyka lub zapach świeżego pieczywa.

- Promocje mają skłonić do zakupu towaru o rzekomo niższej, okazyjnej cenie, często zdarza się jednak, że promocyjne ceny dotyczą artykułów, którym kończy się termin przydatności do spożycia albo są złej jakości, dlatego nie znalazły nabywców i zostały przecenione. Zdarza się, że te same artykuły sprzedawane osobno są tańsze, niż proponowane w tzw. zestawach promocyjnych. Warto sprawdzić, czy „promocja” jest faktycznie korzystna.
- Reklama pokazuje produkty idealne: ma nam się podobać to, co w niej widzimy i słyszymy – jej celem jest przecież zachęcenie do zakupu. Reklama nigdy nie mówi o wszystkich cechach produktu, zwraca uwagę tylko na zalety, a przemilcza – bardzo ważne dla konsumentów – słabe punkty. Czy widział ktoś kiedyś, by w reklamie słodczy występowala otyła osoba?



Spis treści

Karty kredytowe i debetowe	1
Cena i inne informacje	3
Znaki, które warto zapamiętać	6
Nie zgodność towaru z umową	10
Reklamacje żywności	12
Oznakowanie żywności	13
Zwrot towaru bez wad	15
Gwarancja	16
Sprzedaż poza lokalem przedsiębiorstwa	19
Zaliczka i zadatek	21
Oferty składane przez telefon	22
Zakupy z katalogu (na odległość)	24
Zlecenie usługi	25
Nie dajmy się złapać na marketingowe chwytły	26

Tu znajdziesz pomoc

Bezpłatnych porad udzielają powiatowi i miejscy rzecznicy konsumentów oraz organizacje pozarządowe (Stowarzyszenie Konsumentów Polskich oraz Federacja Konsumentów). Dane kontaktowe instytucji konsumenc- kich dostępne są na stronie www.uokik.gov.pl oraz pod bezpłatnym numerem Infolinii Konsumentckiej **800 007 707**.

Punkt Informacyjny dla Odbiorców Paliw i Energii przy Urzędzie Regulacji Energetyki pomoże w przypadku problemów związanych z dostawą energii elektrycznej lub gazu, tel. **22 661 63 05** lub **22 661 63 09**.

Arbiter Bankowy przy Związku Banków Polskich może rozstrzygnąć spór konsumenta z bankiem. Arbiter Bankowy nie udziela natomiast porad konsumentom. Pod numerem telefonu **22 486 84 00** można się dowiedzieć, jak złożyć wniosek do Arbitra.

Rzecznik Ubezpieczonych udziela informacji i porad pod numerem telefonu **22 333 73 26 – 27**.

Centrum Informacji Konsumentckiej przy Urzędzie Komunikacji Elektro- nicznej udziela informacji i porad związanych z usługami telekomunika- cyjnymi i pocztowymi, tel. **801 900 853** lub **22 534 91 74**.

Infolinia Konsumentcka udziela bezpłatnych porad i informacji pod numerem telefonu **800 007 707** w dni powszednie w godz. 9.00 - 17.00 (połączenie bezpłatne).

Podstawowe przepisy prawne wykorzystane w publikacji:

- Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz. U. z dnia 18 maja 1964 r. nr 16, poz. 93, ze zmianami)
- Ustawa z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumentckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. z dnia 5 września 2002 r. nr 141, poz. 1176, ze zmianami)
- Ustawa z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. z dnia 31 marca 2000 r. nr 22, poz. 271, ze zmianami)
- Ustawa z dnia 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumentckim (Dz. U. nr 100, poz. 1081) – ustawa ma zastosowanie do umów zawartych przed dniem 18 grudnia 2011 r.
- Ustawa z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumentckim (Dz. U. nr 126, poz. 715) – wchodzi w życie 18 grudnia 2011 r.
- Ustawa z dnia 12 września 2002 r. o elektronicznych instrumentach płatniczych (Dz. U. nr 169, poz. 1385)