

PRAKTYKI AKWIZYTORÓW - POZNAJ SWOJE PRAWA

Bezpłatna kawa, sprzedawcy przebrani w lekarskie fartuchy, „ostatnia okazja” - to przykłady manipulacji wykorzystywanych przez akwizytorów. Przed dniem sprzedaży bezpośredniej, po raz drugi wspólnie, 24 instytucje przypominają o czym warto pamiętać, kupując od akwizytora

[Warszawa, 16 października 2015] Dzień sprzedaży bezpośredniej obchodzony jest 17 października. Sprzedaż bezpośrednia może mieć miejsce m.in. podczas wizyty akwizytora w domu konsumenta ale też na pokazach w świetlicy osiedlowej, w sanatorium, centrum handlowym, a nawet podczas wycieczek do miejsc kultu religijnego. Kupując poza stałymi punktami sprzedaży detalicznej zawieramy umowę poza lokalem przedsiębiorcy. W takiej sytuacji konsumentowi przysługuje prawo do odstąpienia od umowy w ciągu 14 dni (wystarczy wysłać oświadczenie pocztą). Natomiast do obowiązków przedsiębiorcy należy m.in. poinformowanie o tym prawie konsumenta i wręczenie mu formularza ułatwiającego rezygnację z transakcji.

Sztuczki handlowców

Zawierając umowę poza lokalem przedsiębiorcy, konsumenci podlegają presji sprzedawców, wykorzystujących różne techniki manipulacyjne. Za sprawą tych sztuczek wiele osób daje się nakłonić do zakupu niepotrzebnych produktów, z czego zdają sobie sprawę dopiero po zawarciu transakcji. Jeśli jednak wiemy na czym polega manipulacja, możemy uchronić się przed jej działaniem i negatywnymi skutkami. Oto najczęściej stosowane techniki wywierania wpływu na konsumentów, które wykorzystują handlowcy*.

- **Reguła wzajemności** - konsument, który zostanie poczęstowany kawą lub otrzyma bezpłatną próbkę, czuje potrzebę odwzajemnienia poprzez zakup oferowanego towaru.
- **Reguła niedostępności** - sprzedawcy wykorzystują przekonanie, że najbardziej cenione są rzeczy niedostępne. Kupujący jest manipulowany za pomocą informacji takich jak „końcówka kolekcji”, „ostatnia okazja”, „oferta ważna do...”.

- **Spółeczny dowód słuszności** - przy podejmowaniu decyzji kierujemy często się przykładem innych osób. Dlatego handlowcy wykorzystują argumenty takie jak „towar sprzedaje się jak świeże bułeczki”.
- **Autorytet** - manipulacja polega na wykorzystaniu atrybutów osób, które są fachowcami w danej dziedzinie np. osoba w fartuchu lekarskim jest przekonująca jako sprzedawca produktów paramedycznych.
- **Lubienie, sympatia** - ulegamy tym, których lubimy. Dlatego akwizytorami są zwykle osoby atrakcyjne fizycznie, potrafiące prawić komplementy oraz zachowywać się i wyglądać jak potencjalny kupujący. W rozmowie używają porównań, takich jak „ze mną było dokładnie tak samo”.
- **Zaangażowanie** - sprzedawcy informują, że na pokazie można będzie otrzymać atrakcyjny prezent np. dla wnucząt. Konsumentów są stopniowo przekonywani o jego wyjątkowości i konsekwentnie dążą do jego posiadania nawet jeżeli w rezultacie kupi niepotrzebny produkt.

Niezgodne z prawem praktyki

UOKiK stale monitoruje przedsiębiorców zajmujących się sprzedażą bezpośrednią. W toku jest 25 postępowań dotyczących podmiotów działających w tej branży. Od początku 2012 roku wydanych zostało 75 decyzji stwierdzających stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przez przedsiębiorców zajmujących się sprzedażą akwizycyjną. W tym czasie Urząd nałożył na 44 przedsiębiorców kary pieniężne w łącznej wysokości 2,9 mln zł.

Ukrywanie handlowego celu działań

Wśród najczęściej kwestionowanych praktyk związanych ze sprzedażą bezpośrednią jest ukrywanie handlowego celu działań. Przykładem jest zapraszanie do udziału w poczęstunkach, warsztatach kulinarnych, występach gwiazd bez podawania informacji, że na spotkaniu będzie prowadzona sprzedaż np. naczyń do gotowania. Urząd kwestionował też wprowadzanie w błąd przez przedsiębiorców oferujących produkty paramedyczne. Akwizytorzy, którzy dzwonili do konsumentów, przedstawiali się jako rehabilitanci i umawiali na bezpłatne zabiegi. Handlowego celu swoich działań nie

ujawniali nawet na spotkaniach z konsumentami. Pozostawiając towary w miejscu zamieszkania konsumentów, zapowiadali kolejną wizytę i prosili np. o podpis potwierdzający ich obecność. Konsumentom nie zdawali sobie sprawy, że właśnie zawarli umowę zakupu sprzętu paramedycznego.

Zgodnie z prawem, każdy przedsiębiorca składający ofertę handlową ma obowiązek poinformować konsumenta o zamiarze zawarcia umowy. Wprowadzanie w błąd a nawet niedoinformowanie potencjalnych klientów jest uznawane za niezgodną z prawem [nieuczciwą praktykę rynkową](#).

Utrudnianie odstąpienia od umowy

Przykładem działań utrudniających konsumentom skorzystanie z [prawa do odstąpienia od umowy](#) jest zastrzeżenie kar za rezygnację z zakupu towaru. Tymczasem zgodnie z przepisami, **za odstąpienie od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorcy nie można pobierać żadnych opłat.** Niezgodne z prawem jest także zastrzeżenie, że zwracany towar powinien być osobiście dostarczony do siedziby przedsiębiorcy, ponieważ konsument ma prawo sam wybrać sposób zwrotu towaru przedsiębiorcy (np. pocztą, kurierem, osobiście).

Urząd kwestionował także praktyki polegające na niewręczaniu konsumentom obowiązkowego formularza odstąpienia od umowy oraz informowanie o możliwości rezygnacji z zakupu bardzo małą, trudną do odczytania czcionką. W związku z tym klienci mogli nie dowiedzieć się o przysługujących im prawach.

Konsumentom, pamiętaj:

- **Jeśli otrzymujesz zaproszenie na spotkanie, ustal czy będą na nim oferowane towary lub usługi.** Można o to zapytać dzwoniącą do nas osobę albo skontaktować się z instytucją kierującą do nas zaproszenie pisemne. Ukrywanie handlowego celu takich zaproszeń to jedna z nieuczciwych praktyk, na które skarżą się konsumenci.
- **Nie podejmuj decyzji pod wpływem impulsu.** Większe jest wtedy ryzyko dokonania nieracjonalnych wyborów co do warunków, na jakich zostaje zawarta umowa.

- Poczekaj z zakupem, daj sobie więcej czasu na zastanowienie. Zanim skorzystasz z oferty skonsultuj się z rodziną lub kimś bliskim.
- Ostateczną decyzję podejmij po sprawdzeniu towaru i porównaniu cen np. w Internecie lub w sklepie, pamiętaj: jeżeli towar jest dostępny dziś, będzie dostępny także jutro.
- Jeżeli rozmyślisz się po nabyciu produktu, masz prawo odstąpić od umowy w ciągu 14 dni, wystarczy [wysłać oświadczenie pocztą](#).
- **800 889 866** - pod tym bezpłatnym numerem telefonu udzielane są porady prawne. Wiele informacji o zakupach od akwizytora można znaleźć w serwisie www.prawakonsumenta.uokik.gov.pl.

Informacji szukaj też na stronach internetowych uczestników projektu.

- ✓ Gdy doszło do oszustwa - [Prokuratura Generalna](#).
- ✓ Jak bronić się przed nieuczciwymi praktykami na rynku telekomunikacyjnym - [Urząd Komunikacji Elektronicznej](#).
- ✓ Techniki wywierania wpływu stosowane przez handlowców - [Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów](#).
- ✓ Umowy sprzedaży energii - [Urząd Regulacji Energetyki](#).
- ✓ Sprzedaż usług medycznych - [Federacja Konsumentów](#).
- ✓ Umowy poza lokalem przedsiębiorcy - [Stowarzyszenie Konsumentów Polskich](#).

W akcji biorą także udział: [Rzecznik Praw Obywatelskich](#), [Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej](#) i Wojewódzkie Inspektoraty Inspekcji Handlowej: [Wrocław](#), [Bydgoszcz](#), [Lublin](#), [Gorzów Wielkopolski](#), [Łódź](#), [Kraków](#), [Warszawa](#), [Opole](#), [Rzeszów](#), [Białystok](#), [Gdańsk](#), [Katowice](#), [Kielce](#), [Olsztyn](#), [Poznań](#), [Szczecin](#).

* Opracowano na podstawie książki Roberta Cialdiniego, *Wywieranie wpływu na ludzi*.

Dodatkowe informacje dla mediów:

Biuro Prasowe UOKiK
pl. Powstańców Warszawy 1, 00-950 Warszawa
Tel.: 22 827 28 92, 55 60 183, 55 60 314
E-mail: biuroprasowe@uokik.gov.pl
Twitter: [@UOKiKgovPL](https://twitter.com/UOKiKgovPL)