CZY PROMOCJE MOGĄ TRWAĆ WIECZNIE?

* **Prezes UOKiK postawił popularnym sklepom internetowym born2be.pl i renee.pl zarzut wprowadzania konsumentów w błąd.**
* **Sklepy sugerowały ograniczony czas szczególnej korzyści cenowej, podczas gdy towary były dostępne w promocji w sposób ciągły.**
* **Permanentne promocje stanowiły marketingowy wabik, nie oferowały rzeczywistej korzyści cenowej.**

**[Warszawa, 30 marca 2023 r.]** Już 77 proc. polskich internautów korzysta ze sklepów on-line. Najczęściej kupowane produkty to odzież i akcesoria oraz obuwie.[[1]](#footnote-1) Właśnie te kategorie oferują popularne e-sklepy born2be.pl i renee.pl należące do spółki Azagroup. Prezes UOKiK Tomasz Chróstny postawił tej firmie zarzut wprowadzania konsumentów w błąd poprzez sugerowanie ograniczonego czasu trwania promocji, podczas gdy towary były oferowane w cenach promocyjnych przez cały czas.

Konsument odwiedzający internetowe sklepy born2be.pl i renee.pl widział, że może skorzystać z promocyjnej oferty i dzięki wpisaniu specjalnego okolicznościowego kodu dokonać zakupu po niższej cenie. Kody rozpowszechniane były wraz z komunikacją specjalnych okolicznościowych obniżek, np. „szalona środa”, „tydzień urodzinowy”, „noc zakupów”, „extra -40% na wszystko z okazji 11 urodzin Renee! Kod: BDAY”.

Kupujący mógł odnieść wrażenie, że jedynie w tym konkretnym momencie może kupić sukienkę lub buty w wyjątkowo korzystnej, obniżonej cenie, a w rzeczywistości poddawany był manipulacji i sztucznej presji, gdyż promocje na stronach tych sklepów nie kończyły się nigdy. Po zakończeniu okresu obowiązywania akcji promocyjnej, na stronie pojawiał się nowy (lub ten sam) kod rabatowy i rozpoczynała się kolejna promocja oferująca podobną korzyść.

Ponadto, na górze stron zamieszczony bywał zegar, który odliczał czas do końca promocji, co jeszcze zwiększało wrażenie, że specjalna oferta jest ograniczona w czasie. Po skończeniu czasu promocji następował reset i czasomierz rozpoczynał odmierzanie czasu kolejnej udawanej oferty specjalnej. To przykład tzw. [dark patterns](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19377&news_page=1), czyli praktyk wykorzystujących wiedzę o zachowaniach użytkowników do wpływania na ich decyzje.

*- Sugerowanie przez sklepy internetowe ograniczonego czasu trwania atrakcyjnych promocji cenowych, podczas gdy obowiązują one nieustannie, to niezgodna z prawem praktyka rynkowa. Permanentne promocje to w rzeczywistości marketingowy sposób prezentacji cen regularnych, które nie oferują rzeczywistych korzyści cenowych, wywierają sztuczną presję i wprowadzają kupującego w błąd. Proces decyzyjny konsumenta nie powinien podlegać żadnym naciskom czy działaniom o charakterze socjotechnicznym - mówi Tomasz Chróstny, Prezes UOKiK.*

Jeśli zarzuty wobec Azagroup zostaną potwierdzone, spółce grozi kara do 10 proc. rocznego obrotu.

**Pomoc dla konsumentów:**

Tel. 801 440 220 lub 22 290 89 16 – infolinia konsumencka
E-mail: porady@dlakonsumentow.pl
[Rzecznicy konsumentów](https://uokik.gov.pl/pomoc.php) – w Twoim mieście lub powiecie
[Europejskie Centrum Konsumenckie](https://konsument.gov.pl/) - 22 55 60 600 – w sprawach transgranicznych dotyczących państw UE, Norwegii, Islandii i Wielkiej Brytanii

1. Raport E-commerce w Polsce 2022, Gemius Polska [↑](#footnote-ref-1)