

Sklep sam określa zasady zwrotów

OCHRONA KONSUMENTÓW >> Karta podarunkowa zamiast pieniędzy za oddany towar? Czemu nie. Każdy sklep ma prawo sam kształtować zasady przyjmowania zwrotów pełnowartościowych rzeczy. Przepisy bowiem nie przewidują takiej sytuacji, w efekcie sprzedawca może nawet odmówić przyjęcia oddawanego towaru. Salony modowe mają oręż do walki z niby-zakupami.

Wioleta Szczygielska

wszygielska@tbip.pl

Jak się dobrze ubrać, nie tracąc za swojego budżetu nawet złotówki? Sposób jest prosty. Spodnie czy bluzkę się kupuje, a potem odnosi ją do sklepu i żąda zwrotu pieniędzy. Zjawisko to doczekało się nawet własnej nazwy – wardrobing, czyli noszenie ubrań bez usuwania metek, które finalnie jest zakończone zwrotem towaru.

Wardrobing to wymierne straty dla sklepów. Szacuje się, że na zwrotach noszonych rzeczy firmy modowe w skali globu tracą około 9 mld zł rocznie. Sieci zaczęły odmawiać zwrotu gotówki za oddany towar. Na takie działania zdecydowały się już sieci House, Cropp czy Sinsay, które należą do gdańskiej firmy LPP. Zgodnie z regulaminem tych salonów zwrot rzeczy jest rozliczony tylko i wyłącznie poprzez doładowanie karty podarunkowej o wartości zwracanego towaru. Oczywiście kartę można zrealizować w sklepie, w którym doładowano kartę.

Jak twierdzi Magdalena Stefańska-Lotkowska, PR manager firmy LPP, działania te są zgodne z prawem. – Informacje z regulaminu o warunkach zwrotu zakupionych rzeczy są eksponowane w widocznym miejscu

Plaga zza oceanu

>> Moda na wardrobing rozpoczęła się w USA.

Amerykańskie sieci handlowe rozluźniły zasady zwrotu zakupionych rzeczy, aby w ten sposób zachęcić klientów w czasach kryzysu do zakupów. Zwyczaj kupowania, noszenia i w końcu zwracania rzeczy szybko dotarł do Europy. W Polsce z tej formy ubierania się, a przede wszystkim narażania za modą bez narażania się na wydatki, korzysta głównie młodzież. Jak wynika z ubiegłorocznej sondy Silesia City Center, do niby-zakupów przyznaje się około 7 proc. Polek.

przy kasie, a także są podawane na paragonie.

Preferencje dla stałych klientów

Okazuje się, że nie we wszystkich sklepach LPP klient zamiast pieniędzy otrzymuje kartę podarunkową. Otóż w butikach przeznaczonych dla starszych klientów – Reserved i Mohito – towar można oddać do sklepu w ciągu miesiąca, a zwrot pieniędzy odbywa się w takiej samej formie, w jakiej został dokonany zakup. Ważne tylko, żeby rzeczy nie były używane i miały wszystkie metki. W tych butikach zjawisko zwrotów nie było tak nasilone jak w sklepach z odzieżą z fasonami młodzieżowymi.

O dziwo, zmiana zasad dokonywania zwrotów nie wpłynęła znacząco na zadowolenie osób robiących zakupy.

– Klienci zaczęli podejmować bardziej przemyślane decyzje zakupowe. Natomiast z perspektywy firmy, udało się nam istotnie zmniejszyć liczbę dokonywanych zwrotów. W efekcie doszło do zniwelowania zjawiska tzw. wardrobingu – dodaje Magdalena Stefańska-Lotkowska.

Decyduje dobra wola sprzedawcy

To, że działania LPP są zgodne z prawem, potwierdzają także prawnicy. Zwracają uwagę, że ustawa o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz kodeks cywilny nie przewidują możliwości dokonywania zwrotów pełnowartościowych rzeczy albo ich wymiany na inne.

– Tylko dobra wola sprzedawcy decyduje o tym, że przyjmie zakupioną rzecz i odda pieniądze. Równie do-

brze może zaproponować kartę podarunkową, ewentualnie odmówić przyjęcia zwrotu – wyjaśnia Jarosław Sroczyński z kancelarii Markiewicz & Sroczyński.

Zdaniem specjalistów każdy sklep ma prawo ustalać swój regulamin dotyczący polityki przyjmowania zwrotu pełnowartościowych rzeczy.

Potwierdza to Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów. – Sklepy mogą dobrowolnie kształtować swoją politykę zwrotów. Prawo im tego nie zabrania – mówi Małgorzata Cieloch z UOKiK.

Sprzedawcy muszą jednak pamiętać, że dobrowolność obowiązuje tylko w przypadku zwrotu pełnowartościowych towarów. – Inna sytuacja byłaby w przypadku reklamacji, gdy towar jest niezgodny z umową. Sklep musi wtedy zwrócić klientowi pieniądze. Odmawiając, łamie prawo – podkreśla Małgorzata Cieloch.

Odmienne zasady obowiązują przy zwrocie rzeczy kupionych przez Internet lub telefon, a także podczas tzw. prezentacji. Ustawodawca wyszedł z założenia, że klient kupujący towar na odległość lub podczas prezentacji nie ma możliwości dobrze poznać się z tym, co kupuje. – W tych przypadkach kupujący ma 10 dni na odstąpienie od umowy – przypomina Jarosław Sroczyński. ■