

В навечерието на „Черния петък“ и предстоящите промоционални кампании Комисията за защита на конкуренцията ще следи за коректността на рекламните послания и дали обявените намаления са реални, за да предотврати подвеждащи практики спрямо потребители. В същото време Комисията за регулиране на съобщенията насочва вниманието към сигурността при онлайн поръчки и доставките на пощенски пратки, като напомня на потребителите да проверяват условията за връщане, опаковката и точността на данните. Така двете институции целят да гарантират прозрачност и защита на интересите на купувачите и търговците в пиковия сезон на онлайн търговията.

Във връзка с предстоящите промоционални кампании „Черен петък“ или кампании с удължени периоди на намаленията като „Черен уикенд“, „Черна седмица“ и други подобни, които обичайно се провеждат през месец ноември, Комисията за защита на конкуренцията ще следи поведението на търговците, които провеждат такива активности. Предмет на особено внимание са кампаниите, провеждани от онлайн платформи, които позволяват на потребителите да пазаруват от разстояние.

- Използваните рекламни послания в кампаниите и представяните намаления трябва да са коректни и верни, да не са подвеждащи и от естество да повлияят върху избора (икономическото поведение) на потребителите по неправилен начин, засягайки интересите на конкурентите.
- В случай че се рекламират големи намаления (например 70 или 80 % и повече), същите не следва да се отнасят към незначителен брой стоки/услуги или само към най-евтините такива, предвид естеството и мащабите на осъществяваната от търговците дейност.
- Търговците трябва да осигурят налични количества на промоционалните артикули, които да са адекватни на провежданата промоция и разпространяваните рекламни послания.
- Търговците следва да могат по несъмнен начин да докажат истинността на използваните рекламни послания като например „най-ниски цени през годината“, „най-големи отстъпки или намаления“, „най-добрите оферти“, както и да внимават с начина на обявяване на намаленията (следва ясно да се означени обичайната (стара) цена, промоционалната цена и ясно да е изписано процентното намаление).
- Търговците следва да се въздържат от представянето като ексклузивни (само за промоцията) на аксесорни (допълнителни) към продажбата услуги и други условия (като например безплатна доставка или определен срок за връщане на закупен продукт), в случай че те обичайно се представят на потребителите.

Практиката на КЗК в областта на провеждане на рекламни кампании на търговците, включително и „Черен петък“, е богата и утвърдена. Едни от най-честите нарушения касаят обявяването на фалшиви/нереално високи намаления (когато цената на стоката е умислено завишена непосредствено преди или по време на кампанията, в резултат на което посоченото по време на кампания значително намаление не е реално).

Изискването за коректност на рекламните кампании на търговците при провеждане на кампании „Черен петък“ е особено изострено и КЗК ще проверява постъпилите сигнали в тази връзка за недобросъвестни действия на търговци при рекламирането и провеждането на кампаниите, като ще извършва и собствени проучвания. При наличието на данни за заблуждаващи и подвеждащи кампании, Комисията ще се самосезира, за да санкционира недобросъвестното поведение на

търговеца, което, освен че нарушава конкурентните отношения, засяга неправомерно и интересите на потребителите.

Посочените изисквания са относими не само към кампании като „Черен петък“, а към всички активности на търговците, свързани с промоции, отстъпки, намаления и разпродажби, за които Комисията следи постоянно.

Комисията за регулиране на съобщенията: Внимавайте с пощенските пратки, закупени от онлайн магазините в „черния петък“ и предстоящите празници

Във връзка с предстоящите пазарувания по време на „Черен петък“, Коледните и новогодишни празници, Комисията за регулиране на съобщенията Ви информира какво трябва да знаем когато сме получатели на пощенски пратки, съдържащи стоки закупени от онлайн магазини:

- Уверете се, че имате конкретен адрес и работещ телефонен номер на продавача. Преди да финализирате поръчката се запознайте с условията за връщане на закупени стоки;
- Изискайте от търговеца пратката да бъде изпратена в подходяща опаковка, гарантираща запазване на целостта на поръчаните стоки;
- Когато пратките закъсняват, загубени са или поради друга причина не ги получавате е необходимо да уведомите за тези обстоятелства онлайн търговеца - подател на пратките. Пощенският оператор, приел да извърши доставките се явява трета страна в тези случаи, тъй като съществуващите договорни отношения по приемането, пренасянето и доставянето на пратките са между подателя – онлайн търговеца и получателя;
- При желание да върнете стоката, Ви препоръчваме комуникацията с онлайн търговеца да бъде писмена, защото телефоните разговори трудно могат да бъдат доказани, а е Ваше задължение да докажете, че сте информирали търговеца за желанието си да върнете стоката и да получите неговите указания как да го направите;
- Предварително се запознайте с условията за плащане, доставка, датата, на която търговецът чрез даден пощенски оператор се задължава да Ви достави стоките/пратките, както и данните за търговеца - наименованието и адреса му.
- Уверете се, че сте посочили верни данни, съдържащи адрес и телефон на получателя;
- С цел ускоряване на обработването на внасяните от вас сигнали/жалби от Комисията за регулиране на съобщенията, моля изисквайте от пощенските оператори становища по рекламациите, които да приложите към сигналите /жалбите;
- При подаване на сигнали/жалби следва да имате предвид, че неточното изпълнение на пощенската услуга не е административно нарушение, поради което отговорността за него е договорна, а не административнонаказателна, и е извън правомощията на Комисията за регулиране на съобщенията;
- Напомняме, че правото върху пощенската пратка принадлежи на подателя до доставянето ѝ на получателя с оглед на разпоредбата на чл. 6, ал. 6 от Закона за пощенските услуги.