

Kampania „Stop manipulacji, nie kupuj na prezentacji!” w nowej odsłonie

Kategoria: Polityka Społeczna

Opublikowano: piątek, 25, styczeń 2019 04:52

Sylwia Cyrankiewicz-Gortyńska

Odśłony: 910

Spoty telewizyjne i radiowe będą ostrzegały przed udziałem w pokazach i prezentacjach zachęcających do kosztownych zakupów produktów, które nie są warte wysokiej ceny. Będą też przestrzegały przed wprowadzaniem w błąd na temat rzekomego leczniczego działania różnych towarów. Zobaczymy je w mediach lokalnych i telewizji publicznej. Usłyszymy w radiu.

Oficjalna premiera spotów kampanii „Stop manipulacji, nie kupuj na prezentacji!” odbyła się 24 stycznia br. w Warszawie podczas konferencji prasowej pt. „Samorządy i firmy łączą siły w obronie i wspieraniu seniorów”.

Celem kampanii zainicjowanej przez Stowarzyszenie MANKO jest zwiększenie świadomości konsumentów w zakresie ich praw oraz manipulacyjnych technik sprzedaży. Kampania rozpoczęła się w czerwcu 2018 r. W jej ramach, jak do tej pory odbyło się ponad 100 spotkań w różnych województwach. Wzięło w nich udział ponad 3200 osób. Zajęcia odbywały się w małych gminach, wsiach, miasteczkach i dużych miastach, co zapewniało dotarcie do jak największej grupy seniorów, którzy są najbardziej podatni na zagrożenie manipulacją sprzedażową podczas prezentacji.

W czasie dotychczasowego trwania kampanii konsumentom udało się zwrócić towary, których łączna wartość wyniosła ok. 500 tys. zł.

Kolejnym etapem kampanii jest emisja spotów edukacyjno-informacyjnych w mediach lokalnych, TVP, na nośnikach internetowych inicjatorów. A także zachęcanie przedsiębiorców oraz samorządów do udziału w przedsięwzięciu. Chodzi m.in. o to, **aby hotele, urzędy, domy kultury, sanatoria, szpitale itp nie godziły się na to, aby na ich terenie odbywały się prezentacje oferujące produkty po zawyżonych cenach**, np. garnki, pościelenie zdrowotne, masażery, wyciskarki do owoców za kilka czy kilkanaście tysięcy złotych.

Kazimierz Danielewski w Fundacji Aktywizacji Seniorów przedstawił propozycje zmian prawnych, które mają lepiej chronić konsumentów podczas prezentacji. Wśród nich znalazło się zgłaszanie prezentacji na 14 dni przed planowanym terminem do lokalnego rzecznika praw konsumenta oraz obowiązkowe rejestrowanie i archiwizowanie przebiegu prezentacji. A także wydłużenie okresu rezygnacji z zakupu z 14 do 28 dni i nakaz ujawniania w zaproszeniu handlowego celu spotkania wraz z opisem produktów, które będą oferowane.