ZAMAWIASZ TALERZE, A W KOSZYKU JUŻ JEST… PARASOLKA – DUKA.COM Z ZARZUTAMI PREZESA UOKiK

* **Sklep on-line duka.com automatycznie dodaje do koszyka kupującego niezamówione produkty.**
* **Zwrot niechcianego zakupu oznacza dla konsumentów konieczność poświęcenia czasu oraz opłacenia przesyłki.**
* **Prezes UOKiK postawił spółce Duka International zarzut naruszania zbiorowych interesów konsumentów, za co grozi kara do 10 proc. obrotu.**

**[Warszawa, 28 czerwca 2023 r.]** Duka to popularna w Polsce firma sprzedająca artykuły gospodarstwa domowego oraz elementy wyposażenia wnętrz w sklepach stacjonarnych i poprzez e-sklep duka.com.

Prezes UOKiK postawił spółce Duka zarzut naruszania zbiorowych interesów konsumentów. Do koszyków osób korzystających ze sklepu internetowego duka.com, bez ich uprzedniej zgody, mogły być automatycznie dodawane produkty. To kupujący, aby uniknąć zakupu niechcianego towaru, musieli go usunąć. Konsumenci mogli nie zauważyć dodatkowego artykułu podczas składania zamówienia i dokonać zakupu, którego nie planowali. Jeśli w przesyłce otrzymywali niechciany produkt, mogli zaakceptować sytuację albo poświęcić swój czas i ponieść koszty przesyłki, aby go zwrócić.

*-* *Przedsiębiorca nie może podejmować decyzji za konsumentów ani próbować wpływać na ich zamówienia poprzez automatyczne dodawanie produktów do koszyka w sklepie internetowym. Może to bowiem prowadzić do zakupu niechcianego artykułu, którego zwrot wywoła po stronie konsumentów uciążliwości i będzie wymagał poniesienia dodatkowych kosztów przesyłki -* mówi Prezes UOKiK Tomasz Chróstny.

Stosowana przez duka.com praktyka może stanowić tzw. [*dark patterns*](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19377), czyli wykorzystywanie w nieuczciwy sposób wiedzy na temat zachowań konsumentów w internecie do wpływania na ich decyzje zakupowe.

Konsumencie, kupujesz przez internet? Uważaj na manipulacje stosowane przez nieuczciwe e-sklepy. Oto niektóre z nich:

* Dodawanie do koszyka produktu np. powiązanego tematycznie, w promocyjnej cenie albo usługi ubezpieczenia.
* Dodatkowe, niezapowiedziane opłaty pojawiające się na ostatnim etapie składania zamówienia, tzw. drip pricing.
* Zwodnicze interfejsy – np. udostępnienie przycisku do złożenia zamówienia przed zapoznaniem się konsumenta ze wszystkimi opłatami.
* Fałszywe liczniki czasu – wywieranie sztucznej presji.
* Niekończące się promocje - sugerowanie ograniczonego czasu trwania atrakcyjnych promocji cenowych, podczas gdy obowiązują one nieustannie.
* Ukrywanie istotnych informacji o produkcie, usłudze lub zasadach transakcji.

**Pomoc dla konsumentów:**

Tel. 801 440 220 lub 222 66 76 76 – infolinia konsumencka  
E-mail: [porady@dlakonsumentow.pl](about:blank)   
[Rzecznicy konsumentów](about:blank) – w twoim mieście lub powiecie