

Evitate le pratiche commerciali non corrette

Un opuscolo illustrativo sui vostri diritti sugli acquisti secondo la legge australiana per i consumatori

In quanto consumatori, siete protetti contro le pratiche scorrette da parte delle aziende.

Condotta ingannevole o fuorviante

La condotta ingannevole o fuorviante si riferisce ad inserzioni, promozioni, citazioni, affermazioni e dichiarazioni che creano un'impressione ingannevole tra la maggioranza dei consumatori per quanto riguarda prezzo, valore o qualità di prodotti o servizi.

Silenzio

Un'azienda viola la legge se non condivide informazioni importanti relative ad un prodotto o servizio.

Ad esempio, se un venditore sa che un consumatore che acquista un cellulare vive in una zona con copertura mobile limitata o inesistente e non lo informa, tale venditore ha messo in atto una condotta ingannevole o fuorviante.

Previsioni/ opinioni

Promesse, opinioni e previsioni possono essere ingannevoli o fuorvianti se la persona che le afferma sa che non sono vere, non si cura del fatto che siano vere o no e/o non ha sufficienti motivazioni per fare tali affermazioni.

Scarico di responsabilità e caratteri piccolissimi

Un'azienda non può utilizzare clausole stampate in caratteri piccolissimi per ingannarvi o fuorviarvi. Qualsiasi informazione importante relativa a un prodotto o a un servizio deve essere esposta in modo chiaro ed evidente.

Affermazioni false o ingannevoli

Un'azienda non può fare affermazioni false o ingannevoli su prodotti o servizi in merito a:

- prezzo o valore, standard, età, luogo di origine, qualità o livello
- stile di composizione, modello o storia dei prodotti
- testimonianze di persone che li hanno acquistati o che li usano
- disponibilità di centri di riparazione o parti di ricambio
- sponsorship, approvazione, caratteristiche prestazionali, accessori o benefici tratti dall'uso
- necessità dell'acquirente di possedere tali prodotti
- qualsiasi garanzia, copertura o condizione sugli stessi.

Inoltre è illegale che un'azienda offra rimborsi, omaggi o premi senza avere intenzione di offrirli veramente o senza poi realmente offrirli come promesso.

Pubblicità ingannevole – Utilizzo di prodotti civetta

Un'azienda non può pubblicizzare prodotti ad un prezzo scontato se non ne ha una scorta sufficiente per l'acquisto da parte dei consumatori.

Ad esempio, un rivenditore di prodotti elettronici conduce un'imponente campagna pubblicitaria per un televisore 42", da vendersi ad un prezzo scontato per una settimana. Il rivenditore di solito ne vende 20 di questo tipo a settimana, sebbene a prezzo pieno. Tuttavia, nella settimana della campagna, il rivenditore ne ha in magazzino solo due e si rifiuta di ordinare un televisore per un cliente al prezzo scontato.

Questa sarebbe considerata pubblicità ingannevole con l'utilizzo di un prodotto civetta, poiché il rivenditore ha diffuso uno spot pubblicitario che aveva lo scopo di incoraggiare i clienti a recarsi in negozio ma non aveva televisori in numero sufficiente a soddisfare la richiesta prevista.

Pagamenti accettati su presupposti errati

Un'azienda non può accettare pagamenti per prodotti e servizi che non intende fornire o che sa di non poter fornire entro i tempi concordati.

Ad esempio, un progettista di giardini concorda di fornire pietre per pavimentazione gialle ed accetta il pagamento, ben sapendo che sono disponibili solo pietre per pavimentazione grigie.

Paese di origine dei prodotti

Un'azienda non può fare dichiarazioni false o ingannevoli sul fatto che i prodotti sono stati realizzati, prodotti o coltivati in un dato paese.

Ciò comprende:

- "prodotto in" o "fabbricato in" un dato paese
- "prodotto tipico di", "prodotto di" o "prodotto in" un dato paese
- uso di un logo, ad esempio del logo "Made in Australia" (Fabbricato in Australia)
- dichiarazioni in merito al fatto che prodotti o ingredienti o componenti sono stati "coltivati" in un dato paese.

Opuscolo illustrativo

Ad esempio, se la confezione di un prodotto dichiara che si tratta di un "Prodotto australiano", ciò significa che tutti gli ingredienti significativi di tale prodotto e la produzione o la realizzazione del prodotto hanno avuto luogo in Australia.

Attribuzione di prezzi multipli

Si parla di attribuzione di prezzi multipli quando un'azienda espone un articolo con più di un prezzo. Ad esempio, il prezzo sullo scaffale può essere diverso da quello pubblicizzato nel catalogo. Se ciò si verifica, l'azienda deve vendere l'articolo al prezzo più basso o ritirare il prodotto dalla vendita fino a quando l'errore di prezzo non viene corretto.

Prezzo singolo

Un'azienda non è autorizzata a promuovere o a dichiarare un prezzo che rappresenti solo una parte del costo, a meno che non pubblicizzi anche in modo evidente il prezzo totale.

Ad esempio, la pubblicità su un catalogo relativa ad un salotto dichiara il costo come "6 comode rate da \$300". Il prezzo totale di \$1.800 è esposto, ma è in caratteri molto piccoli alla fine della pubblicità ed è oscurato dalla foto del salotto. Il prezzo totale di \$1.800 non è evidente quanto i \$300, perciò è improbabile che sia legale.

Che cos'è la condotta irragionevole?

Si definisce condotta irragionevole un'affermazione o azione così insensata che contraddice il buon senso.

Esempi di condotta irragionevoli si verificano quando un'azienda:

- non spiega adeguatamente un contratto ad un consumatore pur sapendo che non parla inglese

- induce una persona a firmare un contratto in bianco o uno altamente sfavorevole
- si approfitta delle condizioni del consumatore, ad esempio l'abitazione in un luogo isolato,
- utilizza tattiche molto pressanti, ad esempio si rifiuta di accettare un no come risposta.

0285FT 2012

Per ulteriori informazioni, contattate l'ente locale per la protezione dei consumatori.
Per assistenza linguistica chiamate il numero 13 14 50 (chiedete un interprete nella vostra lingua).

Australian Capital Territory
Office of Regulatory Services T. (02) 6207 0400

New South Wales
NSW Fair Trading T. 13 32 20

Northern Territory
Consumer Affairs T. 1800 019 319

Queensland
Office of Fair Trading T. 13 QGOV (13 74 68)

South Australia
Consumer & Business Services T. 13 18 82

Tasmania
Office of Consumer Affairs & Fair Trading T. 1300 654 499

Victoria
Consumer Affairs Victoria T. 1300 55 81 81

Western Australia
Department of Commerce T. 1300 30 40 54

La Commissione australiana per la concorrenza e i consumatori ha responsabilità a livello nazionale per quanto riguarda concorrenza, commercio equo e protezione dei consumatori e può essere contattata al numero 1300 302 502.