

VEČERNJI LIST 29.07.2024.

## KAD SE PRATE KATALOZI

Na jednom proizvodu uštedjeli smo 64 posto! Kupovali smo na akcijama, evo rezultata



PIXSELL



[Autor Jolanda Rak Šajn](#)

"Većinu proizvoda i kupujem na akcijama, prolistam par kataloga koje nađem kod poštanskog sandučića u zgradi ili online i ciljano kupujem ono što mi treba. Od povrća i mesa na akciji napravim i tjedni meni za obitelj", tvrdi Zagrepčanka koju smo zatekli u Kauflandu.

"Normalna" cijena Somat giga pakiranja tableta za perilicu suđa (All in 1 Extra) u **Konzumu** i **Plodinama** je 27,99 eura, no ne samo da je za tu istu cijenu u dućanu Plodina u "giga vrećici" 100 komada, 15 više nego kod konkurencije – nego je ovih dana (do 30. srpnja) Somat u Plodinama **na akciji** za svega 9,99 eura ili 64% nižu cijenu nego u Konzumu, što znači da bi potrošači koji prate akcije samo na ovom artiklu mogli **uštedjeti vrtoglavih** 18 eura ili nekadašnjih 135,62 kune, a usput ostvariti i 15 dodatnih pranja suđa.

### **Kad su katalogi glavno 'štivo'**

Cijene brojnih artikala u košarici, posebice onih koji nisu "ključni" ili ih ne trebamo baš svaki dan, potihom su u proteklom razdoblju **rasle puno više** od inflacije i plaća, a ako više i nema razloga za poskupljenja – i

brojni bi proizvodi sada trebali i pojeftiniti – sada, tvrde trgovci, treba zaraditi za više plaće zaposlenika. Jer i to košta. Neki se trgovci pak ovoga ljeta hvale kako su im **cijene iste** i na kopnu i na moru – a kod nekih nisu ni u istom gradu ili kvartu. U maloj trgovini Spara u Utrini Franckova jubilara kava od 400 g košta, primjerice, 6,29 eura, a kilometar dalje u Intersparu u Buzinu 6,19. No ni to nije sve, tko prati kataloge, ovih će dana 500 g istog brenda, 100 g više, kod istog trgovca platiti 5,69 eura na akciji.

– Ne berem ja novce na hrastu. Većinu proizvoda i **kupujem na akcijama**, prolistam par kataloga koje nađem kod poštanskog sandučića u zgradi ili online i ciljano kupujem ono što mi treba. Od povrća i mesa na akciji napravim i tjedni meni za obitelj – kaže nam Zagrepčanka koju smo zatekli u **Kauflandu**. Trgovci, dodaje, imaju i **dostojne zamjene** za neke brendove, koje su jeftinije i kad nisu na akciji, od njoka, tjestenine, zamrznutog povrća, higijenskog asortimana... Primjerice, **Sparova S-Budget "vegeta"**, odnosno dodatak jelima košta svega 1,33 eura (500 g), a za 400 g originalnog brenda treba izdvojiti i 3,19 eura. Nije isto, ali... objašnjava.

Koliko se nakon **divljanja cijena** u proteklom razdoblju te lipanjske inflacije od 2,4% (hrane 1,8%) u odnosu na isti mjesec lanjske godine danas doista može uštedjeti na akcijama, provjerili smo u Kauflandu, Konzumu, Plodinama i Intersparu. U potrošačkoj košarici 20 proizvoda na akciji koje smo odabrali našli su se Kraševa Domaćica (220 – 300 g), Tortellini tri vrste sira (440 g) Žitoproizvoda, domaća svinjska rebra u rinfuzi (1 kg), pureće mljeveno meso Vindona (500 g), maslac Dukat (250 g), Gallo arborio riža (1 kg), Milka čokolada (270 do 300 g), Rio Mare Insalatissime (160 g), Vindijin probiotički jogurt Fortia (1 kg), Barilla (penne rigate, 500 g), Čokolino lješnjak (1 kg), Meggle svježi posni sir (500 g), PIK šunka u ovitku (rinfuza, 100 g), Zvijezda ekstradjevičansko maslinovo ulje (1 l), Podravkina Vegeta (400 g), Alpro napitak soja bez šećera (1 l), Meri Merino deterdžent za pranje rublja (4l, color), Silan omekšivač rublja (1364 ml), Somat All in 1 Extra (100/85 komada) i Palmolive gel za tuširanje (250 ml). Pomnijim proučavanjem kataloga moglo bi se i puno više uštedjeti, naročito ako se neki A i B brendovi proizvođača zamijene privatnim markama trgovaca. Kako bilo, u prvoj varijanti, bez akcija, naša je potrošačka košarica **koštala 125,86 eura**, a u drugoj, gdje smo najveće uštede (veće od 50%) ostvarili na Somatu, Meri Merinu i Palmoliveu, **75,36 eura!** Riječ je, dakle, o uštedi od 50,50

eura ili nekadašnjih 380,50 kuna, što znači da smo prošli jeftinije 40,1% u odnosu na prvu košaricu.

Stručnjak za maloprodaju **Dragan Munjiza** kaže kako se na akcijama uštede na konkretnom proizvodu kreću i do 40% (najčešće 30-ak posto), pa građani, ako su disciplinirani, tijekom mjeseca mogu uštedjeti i 100-150 eura, ovisno o veličini obitelji. Robne marke trgovaca na akcijama se nude jako malo, najčešće je riječ o poznatim A ili B brendovima.

### **Veća potrošnja – manje akcija**

– Trenutačno od 40 bitnih potkategorija u asortimanu njih 15-ak ima **količinski pad prodaje** u odnosu na isto razdoblje prošle godine pa je za očekivati, posebice ako potrošnja u sezoni ne iznenadi u ekstra realizaciji, da će na jesen te potkategorije biti na vikend-akcijama i **stalnim sniženjima** – tvrdi on. No kad bi i u nas potrošnja usporavala, kako se to danas događa u većini država EU, akcije bi bile i izdašnije (više artikala, viši postoci popusta, dulji period i intenzitet akcija) – zaključio je Munjiza.

**Ana Knežević**, predsjednica Hrvatske udruge za zaštitu potrošača, kaže kako su i **akcijske cijene previsoke** – naročito svježeg mesa u usporedbi s akcijskim cijenama od prije uvođenja eura. A ne samo da se dosta potrošača žali da takvi proizvodi brzo nestanu, već drugi ili treći dan – događa se da mnogi zbog njih dolaze i iz udaljenih malih mjesta, troše svoje vrijeme, gorivo, a onda ne nađu to po što su došli. U manje sredine više i **ne stižu katalogi**, a iako postoji niz dobrih aplikacija koje mogu pomoći potrošačima u pronalaženju proizvoda na akciji, čak se mogu uspoređivati i cijene, problem je da su takve informacije nedostupne najosjetljivijoj kategoriji potrošača, umirovljenicima s prosječnim ili nižim mirovinama, jer su informatički nepismeni i nemaju pametne telefone – kaže Knežević.

– Proizvodi s ograničenim cijenama (po odluci Vlade) od početka primjene jako su **loše označeni** na policama, a ni njih često nema na policama. Očekujemo da Vlada nastavi i dalje s ograničavanjem tih cijena, čak i poveća njihov broj, ali uz bolje označavanje i informiranje potrošača – kaže Knežević. – Neki potrošači upozoravaju i na činjenicu da u nekim katalogima i trgovačkim centrima uz cijenu piše "super cijena" ili "super prilika", a kako nema postotka popusta ili prijašnje cijene, **teško**

**je ocijeniti** je li to povoljno za potrošače ili nije. Isto tako, treba biti oprezan i pri kupnji dvaju ili više proizvoda zapakiranih zajedno, po akcijskoj cijeni, jer kod nekih uštede zapravo nema – dodaje Knežević. U kupnju, savjetuje ona, treba ići oprezno, s popisom, provjeriti kakva je cijena proizvoda bila prije akcije – i obavezno se žaliti ako cijene nisu dobro iskazane.