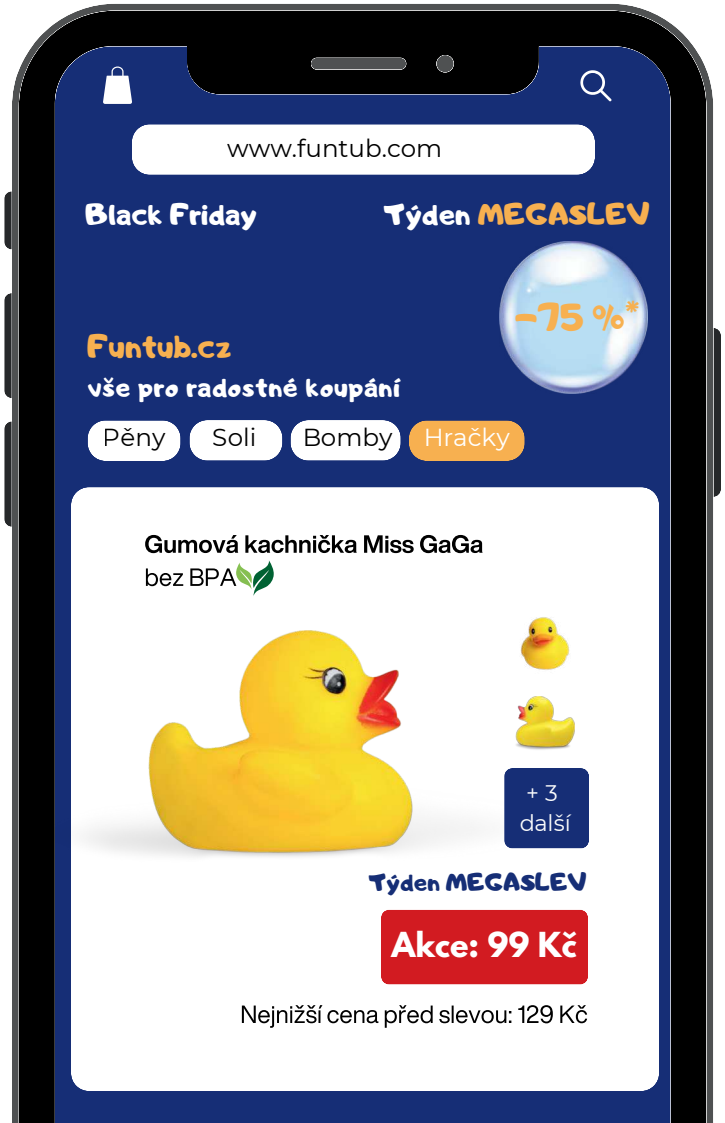
Manuál pro podnikatele

Jak správně a transparentně uvádět slevy

Při oznámení o slevě z ceny výrobku musí prodávající uvést nejnižší cenu, za kterou byl výrobek nabízen v posledních 30 dnech před poskytnutím slevy. Uvedená sleva pak musí odpovídat výpočtům z této ceny. Informační povinnost se týká všech sdělení, která vyvolávají dojem snížení ceny. Tato povinnost platí pro kamenné prodejny i e-shopy, a to bez ohledu na způsob sdělení slevy. Informaci o nejnižší ceně za posledních 30 dní je tedy třeba uvést na cenovkách, v letácích, na webových stránkách i ve výlohách.



Co se považuje za slevu

Informaci o nejnižší ceně zboží, kterou jste si účtovali v době 30 dní před slevou, musíte uvést u všech sdělení, jež vyvolávají dojem snížení ceny. **Která to jsou?**

Sdělení, která uvádějí konkrétní údaj o slevě

Tvrzení vyvolávající dojem slevy
(naznačuje, že je zboží nyní levnější než dříve)

Plošné slevy
(nejnižší cena za posledních 30 dní musí být uvedená u jednotlivých výrobků)

Věrnostní programy
(pokud se sleva vztahuje na členy, kteří představují většinu zákazníků, nebo pokud se slevový promo kód poskytuje široké veřejnosti)

Co je třeba pohlídat

Sleva se vypočítává vždy z nejnižší ceny účtované v posledních 30 dnech před začátkem slevové akce. Toto pravidlo nelze obcházet tím, že budete slevu počítat například z ceny „běžné" či „doporučené výrobcem".

Informace o nejnižší ceně musí být jasná, čitelná a zřetelná. Nelze ji uvádět nepřiměřeně malým písmem či skrývat na okraji cenovky.

Veškeré údaje je třeba uvádět transparentně. Jakékoli nejasné nebo zaměnitelné označování je problematické, a dokonce může naplnit znaky nekalé obchodní praktiky, která je sankcionována jako přestupek.

V kterých případech předchozí cenu uvádět nemusíte

množstevní slevy a podmíněné nabídky

-10%

Při nákupu nad 1000 Kč

Akce

2 + 1 Zdarma

personalizované slevy

Vše nejlepší k svátku, Jarmilo!

Získáváte od nás poukaz na další nákup v hodnotě:

200 Kč

slevy z důvodu vady

Výrobky je třeba prodávat odděleně od ostatních s uvedením informace, že jde o výrobky s vadou

obecná marketingová tvrzení

GARANCE NEJNIŽŠÍ CENY

Tvrzení ale musí být vždy pravdivé, nezavádějící a opřené o reálné skutečnosti.

výrobky podléhající rychlé zkáze a výrobky s krátkou dobou spotřeby

Věrnostní programy a personalizované slevy

Věrnostní programy patří mezi běžné nástroje marketingu. Rozlišujte, kdy jde o personalizovanou slevu pro jednotlivce a kdy o plošnou slevovou akci, která podléhá zákonné informační povinnosti.

U personalizovaných slev nevzniká povinnost uvádět předchozí nejnižší cenu. To se týká například slevy k narozeninám nebo slevy vyplývající z předchozích nákupů, případně bodů získaných v programu, které spotřebitel následně uplatní jako slevu.

U obecně vyhlášených slev ve věrnostních programech informační povinnost platí. Typicky jde o slevové kódy zveřejněné všem spotřebitelům nebo výhody pro všechny členy klubu, pokud je členství snadno dostupné většině zákazníků.

Výrobky podléhající rychlé zkáze

nejnižší cenu uvádět nemusíte

u potravin, u nichž se vyznačuje doba použitelnost či expirace („spotřebujte do"), jedná se například o:

- chlazené maso
- čerstvé ryby a plody moře
- čerstvé mléčné výrobky
- lahůdkové saláty

u řezaných květin

předchozí nejnižší cenu uveďte

u potravin, u nichž se vyznačuje doba minimální trvanlivosti, jedná se například o:

- sušené těstoviny
- trvanlivé salámy
- konzervy
- sušenky a bonbony
- suché plody
- ochucovadla

Co vám hrozí při porušení povinností

Kontrolu toho, zda prodávající dodržují informační povinnost o slevách z cen výrobků, provádí Česká obchodní inspekce. Ta nejčastěji uděluje pokuty za:

- Neposkytnutí informace o nejnižší ceně, za kterou se výrobek prodával. v době 30 dnů před jeho zlevněním.
- Určení procentuální výše slevy z jiné než nejnižší ceny, za kterou byl výrobek prodáván během 30 dnů před poskytnutím slevy.
- Uvedení nepravdivé informace o nejnižší ceně, která neodpovídá skutečné nejnižší ceně dle cenové evidence.

Pokuty mohou dosahovat až 5 000 000 Kč.

7 doporučení pro transparentnější slevy

1. Nezahlcujte spotřebitele informacemi. Povinné údaje musejí být srozumitelné průměrnému spotřebiteli.

2. Uvádějte pouze relevantní cenové údaje:
   - konečnou cenu,
   - předchozí nejnižší cenu,
   - pokud se uplatní, tak měrnou cenu (za kus či jednotku hmotnosti/objemu),
   - vyvarujte se slev, pro jejichž přiznání je potřeba zadat kód dostupný všem nebo který se uplatní automaticky, případně jako aktuální cenu uvádějte cenu po načtení kódu.

3. Předchozí nejnižší cenu doslovně označte a z ní vypočítejte procentuální výši slevy.

4. Nepoužívejte zavádějící označení jako „cenový hit“ nebo „naše cena“ aj. pokud nejde o prokazatelné cenové zvýhodnění.

5. Neuvádějte sdělení jako „500+ lidí pravidelně nakupuje“ nebo „zbývají poslední 2 kusy“, pokud se za pravdivost tvrzení nemůžete zaručit.

6. Vyvarujte se permanentních slev. Jestliže slevu nabízíte třeba i několik měsíců, jedná se o běžnou nabídku, nikoliv cenové zvýhodnění.

7. Pokud si nejste jistí, zda se informační povinnost vztahuje na konkrétní sdělení, raději informaci o nejnižší ceně uveďte.

Příklady

Sleva 25 %

900 Kč

Nejnižší cena za dobu 30 dní před slevou: 1 200 Kč

Sleva 25 %

~~1 200 Kč~~ DMOC

900 Kč

Nejnižší cena za 30 dní před slevou: 900 Kč

AKCE

900 Kč

Nejnižší cena 30 dní před akcí: 1 200 Kč

BLACK FRIDAY

Předtím: ~~1 200 Kč~~

Nyní 900 Kč

Nejnižší cena 30 dní před akcí: 750 Kč