

Problematické slevy

17.9.2024 - Lucie Korbeliusová | DTest

Nový údaj o staré ceně

Novela spotřebitelského práva z ledna 2023 přinesla povinnost zveřejnit u zlevněného výrobku vedle aktuální ceny také nejnižší cenu výrobku, za kterou daný prodejce výrobek prodával v posledních 30 dnech před poskytnutím slevy. Je třeba zdůraznit, že se jedná o cenu, za kterou prodejce výrobek skutečně prodával, nikoliv ceny doporučené výrobcem nebo jiné referenční ceny.

„Slevou se přitom pro účely zákona rozumí každá informace, která vyvolává dojem snížení ceny,“ vysvětluje Eduarda Hekšová, ředitelka spotřebitelské organizace dTest. Ministerstvo průmyslu a obchodu uvádí, že sleva může mít podobu konkrétní, např. „-50 %“, i obecnou, např. „akční cena“ nebo „vánoční výprodej“.

Slevový guláš

Spotřebitelům však může připadat zvláštní, že se s údajem nesetkají na všech cenovkách, kde by jej čekali. Existuje totiž řada zákonných výjimek, které prodejce této povinnost zbavují. Především se údaj neuvádí u výrobků s krátkou dobou spotřeby a výrobků podléhajících rychlé zkáze. Česká obchodní inspekce upřesňuje, že se v prvním zmíněném případě jedná o výrobky označené datem použitelnosti „spotřebujte do“, např. čerstvé mléko a jogurty. Zadruhé pak jde o výrobky, které jsou určeny k okamžité spotřebě, tudíž nejsou označeny ani datem použitelnosti, ani datem minimální trvanlivosti. Příkladem je čerstvé ovoce a zelenina, pečivo či maso.

Prodejci dále nemají povinnost údaj uvádět v případě zlevnění výrobku, který trpí vadou, a u vázaných slevových nabídek („2+1 zdarma“ či „sleva 20 % při nákupu 3 kusů“). Výjimka taktéž platí pro obecná marketingová tvrzení porovnávající nabídku prodejce s nabídkou konkurenčních prodejců, ale jen pokud nevyvolávají dojem slevy z ceny. Ty se vyznačují frázemi jako „nejnižší cena“, „u nás výhodně“ či „naše cena“.

„Právě u zmíněných porovnávacích tvrzení by spotřebitelé měli dbát zvýšené obezřetnosti,“ upozorňuje Eduarda Hekšová. V některých řetězcích se lze setkat se situací, kdy je cenovka „naše cena“ vizuálně zaměnitelná se slevovou cenovkou, o slevu se ale nejedná. *„Pokud by takové cenovky ve spotřebiteli dojem slevy vyvolávaly, mohlo by se jednat o nekalou obchodní praktiku,“* dodává ředitelka dTestu. V takovém se spotřebitelé mohou obrátit na Českou obchodní inspekci a podat podnět k šetření.

Sleva na míru?

Se slevami se může spotřebitel setkat i skrze rozličné věrnostní programy a personalizované slevy. V takových případech nemusí být údaj o nejnižší ceně výrobku uveden, pokud není jisté, kdy přesně daný spotřebitel slevu uplatní. Typické je to pro poukázky, díky kterým může spotřebitel uplatnit slevu v určitém období (např. 6 měsíců) či slevové karty umožňující sbírání bodů na budoucí nákupy.

Ze stejného důvodu se dle Ministerstva průmyslu a obchodu tato výjimka vztahuje také na slevy, které byly individuálně přizpůsobeny spotřebiteli. Pokud by tedy spotřebitel získal slevu 20 % na příští nákup, anebo měl slevu na své narozeniny či po dosažení určitého věku, údaj o nejnižší ceně výrobku u slevy uveden nebude.

Může se však stát, že určitá sleva budí dojem slevy individuálně přizpůsobené, ovšem ve skutečnosti se jedná o slevu plošnou. Ministerstvo průmyslu a obchodu uvádí příklad: „*tento víkend sleva 20 % pro členy věrnostního programu*“, avšak zmínění členové tvoří většinu zákazníků prodejce. „*O plošnou slevu se také jedná, pokud je sleva vázaná na slevový kód, který ovšem prodejce zpřístupnil široké veřejnosti,*“ vysvětluje Eduarda Hekšová. Údaj o nejnižší ceně výrobku v obou případech uveden být musí, jinak by se prodejce dopustil porušení svých zákonných povinností.

Pokud mají spotřebitelé otázky k tomuto tématu, mohou se obrátit na bezplatnou spotřebitelskou poradnu dTestu, a to elektronicky na www.dtest.cz/spotrebitelska-poradna nebo telefonicky na číslo 299 149 009.

dTest, o.p.s. je největší českou spotřebitelskou organizací, která v ČR působí již od roku 1992. Je vydavatelem spotřebitelského časopisu dTest, na jehož stránkách jsou publikovány výsledky nezávislých a objektivních testů produktů, varování před nebezpečnými a zdravotně závadnými výrobky, informace o spotřebitelských právech a rady, jak tato práva účinně uplatňovat. dTest je součástí mezinárodní organizace International Consumer Research and Testing (ICRT) a evropské spotřebitelské organizace BEUC.

Poradenská linka časopisu dTest – 299 149 009 – je v provozu každý pracovní den od 9 do 17 hodin a spotřebitelé na ní mohou konzultovat s právními poradci časopisu dTest nejrůznější spotřebitelské problémy, a to za cenu běžného tarifu volání. Od spuštění v roce 2010 této možnosti využily již statisíce spotřebitelů a poradenská linka časopisu dTest se tak stala první a nejvyhledávanější cestou k řešení potíží, se kterými se zákazníci na trhu setkávají.

<https://www.dtest.cz/clanek-11130/dtest-problematicke-slevy>