

Slevy, tlačítka, recenze – co všechno se mění?

S novým rokem nové právní změny – od 6. ledna 2023 začíná platit velká novela spotřebitelského práva

Text IVAN RÁMEŠ
Havel & Partners

Novela spotřebitelského práva přináší pro kamenné prodejny a e-commerce obchodníky nová pravidla a povinnosti, které mají významný dopad i do marketingu. Novela má za cíl ještě více chránit spotřebitele a pokud nedojde ze strany podnikatelů k zavedení zákonem předepsaných změn, hrozí jim vysoké pokuty. Je proto vhodné projít si související změny, se kterými se bude muset ve firmách seznámit i marketingové oddělení, a mít jasno například v otázkách: Jak správně lákat zákazníky na vysoké slevy? Jak je v souladu se zákonem provést online objednávku? A jak bude fungovat bič na falešné zákaznické recenze?

SLEVY A PROCENTA

Asi nejvíce diskutovaným tématem jsou nová pravidla pro slevy. A to nejen při prodeji zboží online, ale i v kamenných prodejnách. U zboží ve slevě musí být nově uvedena také nejnižší cena, za jakou se prodávalo v posledních 30 dnech před poskytnutím slevy. To platí pro všechna propagační prohlášení.

A je jedno, jestli avizujete slevu v procentech, lákáte na srovnání aktuální nižší ceny se starou vysokou cenou nebo promujete cenu zboží jako „zaváděcí“ či akci typu „nakupujte dnes bez DPH“. I v takových případech je vždy nutné uvádět nejnižší cenu za posledních 30 dní. Cílem je zabránit umělému navýšování cen před zahájením slev (jako například Black Friday, povánoční či sezonní výprodej), kdy se sleva jeví jako vyšší, než tomu je ve skutečnosti.

Výjimka z této informační povinnosti platí pro výrobky podléhající rychlé zkáze nebo s krátkou dobou spotřeby a tahle povinnost se nevztahuje ani na věrnostní programy nebo akce typu „2+1 zdarma“ nebo „sleva 30 % při nákupu tří produktů“.



U zboží ve slevě musí být nově uvedena také nejnižší cena, za jakou se prodávalo v posledních 30 dnech před poskytnutím slevy. To platí pro všechna propagační prohlášení

Nová úprava by se rovněž neměla vztahovat ani na přizpůsobené (individualizované) slevy z ceny. Typickým příkladem jsou slevy, které zákazník u obchodníka získá na základě předchozích nákupů (například při nákupu dostane poukaz „20% sleva“ na další nákup do konce měsíce), nebo slevy pro zákazníka na jeho narozeniny či při jeho svatbě.

OBJEDNAT NESTAČÍ

Tlačítka pro objednávku, na jaké jsme při nákupech prostřednictvím internetu zvyklí, musí kvůli novele změnit od ledna 2023 svoji podobu. Pro spotřebitele by mělo být jasnější, že se kliknutím na tlačítko skutečně zavazuje k objednávce a samotné „objednat“ již nestačí.

Pokud tedy zákazník kupuje zboží kliknutím na tlačítko, pak musí být označeno jako „objednávka zavazující k platbě“ nebo jinou podobnou formulací, ze které je pro něj zřejmé, že když klikne, musí zaplatit.

PODMÍNKY DO SCHRÁNKY

Obchodníci by měli podle novely zákazníkům také vydávat „textové potvrzení“ o uzavřené smlouvě, a to nejpozději při dodání zboží nebo než začnou poskytovat službu. V rámci e-mailu (obvykle jde o potvrzení objednávky) by měl kupující dostat i aktuální znění obchodních podmínek. Už tedy nestačí je jen vyvěsit na webových stránkách nebo na ně v e-mailu poslat odkaz.

FALEŠNÉ RECENZE

Novela si posvítila také na zveřejňování falešných zákaznických recenzí a výslovně je označuje jako nekalou obchodní praktiku. Česká obchodní inspekce bude důsledněji postihovat zveřejňování takových recenzí od anonymních uživatelů, kteří si od daného obchodníka nic nekoupili. Nová pravidla mají také předcházet úpravám již udělených recenzí tak, aby působily pozitivněji. Jak tomu novela předchází? Každá recenze má být propojitelná s konkrétní objednávkou spotřebitele. Taková informace je sice neověřitelná, Česká obchodní inspekce ji ale může vyžadovat v případě kontroly.

Novela s sebou přináší i další změny – změnu u prokazování vady při reklamaci, 30denní lhůtu pro dodání zboží, nová pravidla pro vrácení zboží a mnohé další. S ohledem na hrozbu vysokých pokut doporučujeme se na změny včas připravit a upravit nejen obchodní podmínky, reklamační řády a webové stránky, ale i reklamní strategie. 