

Hinna avaldamine

Korduma kippuvad küsimused

Soodusmüügi planeerimine

- 1. Mida teha, kui allahindluskampanias reklaamitud tooted müüakse läbi kampania esimestel päevadel?**

Soodusmüügi korraldamisel peab kaupleja oskama oma kaubandustegevust planeerida ja tagama kaupade olemasolu. Soodusmüügiks mõeldud kaupade tellimisel tuleb arvestada, et pakutava kauba kogus vastaks reklaami mahule, selle levitamise ulatusele ning eeldatavale ostuhuvile.

Juhul, kui pakutav kaup saab otsa sooduskampania alguses, peaks kaupleja kampaniat muutma, selle lõpetama või tegema kõik endast oleneva, et asendada reklaamitud kaup võrdväärse kaubaga või tarnima selle teise kaupleja käest mõistlikus ajavahemikus ja koguses.

- 2. Kui kaup tuleb sisse kõrgema hinnaga kui algselt oli kokkulepitud, aga kampaniamaterjalid on juba trükki läinud. Kas siis võib kõrgema kampaniahinnaga kaupa müüa?**

Kui kampania materjalides märgitud (soodus)hindadega tegelikult tarbijatele kaupu ei müüda, siis selliseid materjale kasutada ei saa. Tegemist võib olla ebaausa kauplemisvõtte kasutamisega, sest soodusmüügi reklaamid ja tarbijatele edastatud ostukutsed peavad olema ausad ega tohi olla mõeldud üksnes tarbija (e-)poodi meelitamiseks.

- 3. Toode on planeeritud müüki juuli kampaniaks. Kliendileht saadetakse trükki juunis arvestusega, et kaup jõuab tavahinnaga müüki kaks nädalat enne kampania algust, et siis juuli kampanias saaks seda müüa kliendilehes märgitud soodushinnaga. Kuna kauba saabumine hilineb, jõuab see müüki alles kampania esimestel päevadel. Kuna kliendilehes on soodushind juba välja toodud, siis kas rikume seadust, kui toode ei olnud müügil enne kampania algust?**

Kui tegemist on uue kaubaga ehk kaubaga, mida pole kaupluses varem müüdud, siis koheselt seda toodet soodushinnaga müüa ei saa. Oodata tuleb vähemalt 7 kalendripäeva, mille järel saab müüa toodet soodushinnaga, märkides varasemaks hinnaks vähemalt viimase 7 päeva madalaima hinna.

Sooduskampania kestus

4. Kui pikalt võib soodusmüük kesta?

Soodusmüügi perioodi või maksimaalset ajalist kestust seadus ei sätesta ega piira. Seda, kas allahindlus ei kesta liiga kaua võrreldes täishinnaga müümise ajaga, tuleb hinnata iga juhtumi puhul eraldi lähtudes ebaausate kauplemisvõtete regulatsioonist.

5. Kas hinnaalandus võib kesta seni, kuni toode on ära müüdud?

Jah, soovi korral võib soodusmüügi käigus teatada kogu müüdava kauba või kindlalt piiritletud kauba lõpumüügist. Samuti on võimalus teavitada kauba hinna alandamisest pikemaks perioodiks.

6. Kui allahindlus kestab üle 30 päeva, siis milline hind tuleb märkida varasemaks hinnaks?

Kui allahindlus kestab ilma katkestusteta üle 30 päeva, on varasemaks hinnaks madalaim hind, mida kohaldata vähemalt 30 päeva jooksul enne hinna alandamist.

7. Kui pikaaegse allahindluse käigus alandatakse esialgset soodushinda veelgi, kas siis on tegemist järk-järgulise allahindlusega?

Jah, kui sama müügikampania käigus alandatakse soodushinda ilma katkestusteta järk-järgult, siis on tegemist järk-järgulise allahindlusega.

8. Kui kampania periood on 60 päeva, kas siis 30 päeva möödumisel tuleb kõik hinnasildid välja vahetada?

Ei, varasem (ehk 30 päeva madalaim) hind tuleb paika panna kampania alguses ja see jääb samaks kogu kampania vältel.

9. Kas kampania kehtivuse periood peab olema välja toodud?

Jah, teave sooduskampania kestvuse kohta tuleb tarbijale avaldada. Tegemist on teabega, mis võib oluliselt mõjutada tarbija tehinguotsust ning sellise teabe puudumine võib tarbijat hinnaeelise olemasolu osas eksitada.

Hinna alandamisest teavitamine

10. Mida loetakse hinna alandamise teateks ja mida mitte?

Hinna alandamise teadetena loetakse sellised teated, milles müüja väidab, et ta on alandanud kauba hinda või millega luuakse tarbijale mulje hinna alandamisest. Näiteks

võivad hinna alandamisele viidata väljendid: "kampaaniahind", "soodushind", "eripakkumine", "must reede".

11. Kui kasutame väljendit "parim hind " või "madalaim hind" ja näitame võrdluses, et meie hind on konkurentidest parim/madalaim, kas siis on tegemist hinna avaldamise teatega?

Ei, hinna alandamise teateks ei loeta üldiseid reklaamlauseid, kus võrreldakse kaupleja pakkumist teiste kauplejate pakkumistega, ilma et loodaks muljet hinna alandamisest.

12. Millisel juhul rakendub varasema hinna avaldamise kohustus?

Varasem hind tuleb avaldada juhul, kui kaupleja väidab, et ta on alandanud kauba hinda.

13. Kui 30 päeva jooksul korraldatakse lühikese vahega kaks kampaaniat, kas siis tuleb teises kampaanias näidata esimese kampaania soodushinda?

Jah, kui 30 päeva jooksul korraldatakse kaks erinevat sooduskampaaniat, siis tuleb teise kampaanina võrdlushinna määratlemisel arvestada esimese kampaania madalaima hinnaga.

14. Kuidas me peame käituma sellise toote vana hinna avaldamisega, mida me pole varem müünud, kuid millele annab partner 50%-lise allahindluse seoses näiteks läheneva "parim enne" kuupäevaga? Vana hinna kuvamine oleks kooskõlas heade kaubandustavadega ning samas vajalik, et saaks vabaneda probleemsest tootest.

Kui müügikohas pole konkreetset toodet varasemalt müüdud, siis ei saa tootel olla ka varasemat hinda ja sellega võrreldes alandatud soodushinda. Kui tegemist on tootega, mida kaupluses pole varem müüdud, tohib hinna alandamisel lugeda varasemaks hinnaks vähemalt 7 päeva jooksul enne hinna alandamist kaubale kohaldatud madalaimat hinda. Varasemaks hinnaks ei ole tootja, maaletooja või partneri poolt märgitud müügihind või soodushind. Varasemaks hinnaks ei saa olla hind, mis pole varasemalt samale tootele samas müügikohas kehtinud.

15. Kas varasema hinnana võib näidata partneri eelmist hinda? Kas sellest tohib arvutada toote soodushinna?

Ei, toote soodushind tuleb arvutada samas müügikohas (ehk e-poes või tavapoes) varasemalt kehtinud hinnast.

16. Kaubanduskeskus korraldab hooajalise sooduskampaania ning palub kõigil üürnikel teha allahindlusi. Kui samal kuul toimub ka mõni suurem ravusvaheline või üleriigiline sooduskampaania (näiteks must reede või küberesmaspäev), siis kas teise kampaania ajal tuleb kuvada esimese kampaania soodushinda?

Nii esimese kui ka teise kampaania puhul on varasemaks hinnaks vähemalt viimase 30 päeva madalaim hind. Kui kampaaniate vahe on alla 30 päeva, tuleb teise kampaania soodushind arvutada viimase 30 päeva madalaimast hinnast ehk esimese kampaania soodushinnast.

17. Kui osaleme kaubanduskeskuse poolt korraldatavas ühepäevases kampaanias, mille käigus pakume kogu kaubale -20%, kas see tähendab, et järgmise 30 päeva jooksul jooksul me ei võigi sooduskampaaniaid korraldada?

Sooduskampaaniaid võib korraldada ikka. Tuleb lihtsalt tagada, et varasemaks hinnaks oleks märgitud viimase 30 päeva madalaim hind.

18. Ühes poes on viimase 30 päeva jooksul olnud sooduskampaania ja kaupleja soovib korraldada uue üleketilise sooduskampaania. Kas allahindluse näitamisel tuleb lähtuda enamike kaupluste tavahindadest või tuleb allahindlus näidata selle ühe poe madalaimast hinnast?

Kui kaupleja müüb kaupu mitmes müügikohas, siis tuleb hinna alandamisest teavitamisel avaldada vähemalt 30 päeva madalaim hind konkreetses müügikohas. Kui sooduskampaania kehtib sama keti kõikides poodides, siis tuleb igas kaupluses näidata ära, mis oli vähemalt 30 päeva madalaim hind konkreetses kaupluses. Kui sooduskampaania kehtib tavapoele lisaks ka e-poes, siis tuleb e-poes avaldatud soodushind arvutada lähtudes e-poe veebilehel avaldatud 30 päeva madalaimast hinnast, mitte tavapoodide varasematest hindadest.

19. Kui kliendilehes on pakkumine "kõik toolid -30%", siis kas kliendilehes tuleb välja tuua ka iga toote hinnad?

Kliendilehes või reklaamides iga toote 30 päeva madalaimat hinda ega soodushinda eraldi välja tuua ei ole vaja.

20. Kuidas on korrektne teavitada, millised tooted on poes 30% allahinnatud? Kas märkida igale tootele uus soodushind? Lisada allahinnatud toodetele kleps -30%? Või piisab, kui asetada allahinnatud toodete juurde silt "siin kõik -30%"?

Kui toodetele märgitud hinnad on viimase 30 päeva madalaimad, siis piisab sildist "siin kõik -30%". Täiendavaid silte või klepse lisada ei ole vaja.

Hinna avaldamine ja arvutamine

21. Kas ühe keti e-poes ja tavapoes peavad toodete varasemad hinnad olema samad?

Ei, sama keti e-poe ja tavapoe hinnad ei pea olema samad. Tegemist on erinevate müügikohtadega ja erinevates müügikohtades võib olla erinev hinnatase.

22. Kas soodushinna määramisel võib võtta arvesse sama keti teiste poodide varasemaid hindu?

Ei, soodushinna määramisel tuleb lähtuda sama müügikoha varasematest hindadest. Hind, millest allahindlust arvestatakse ja mida näidatakse varasema hinnana peab olema hind, millega tarbijal oli võimalik osta sama toodet samast müügikohast enne hinna alandamist.

23. Kas peame näitama, kui kaua on varasem hind kehtinud?

Seda, kui kaua on varasemat hinda kohaldatud ei ole kohustust märkida.

24. Kas alates 28.05.2022 ei tohi olla enam mahakriipsutatud hindu?

Tohib küll. Soovi korral võib hinna alandamisest teavitada ka läbikriipsutatud varasema hinna ja uue soodushinnaga (näiteks: "~~100€~~ 50€"), kuid mahakriipsutatud hind peab olema vähemalt viimase 30 päeva madalaim hind.

25. Kas hinna alandamise regulatsioon kehtib ka siis, kui hindu näidata mahakriipsutatult?

Jah, kui madalam hind avaldada läbikriipsustatud varem kehtinud (kõrgema) hinnaga, siis viitab see hinna alandamisele ning tuleb arvestada hinna alandamise regulatsiooniga.

26. Väikestes poodides tuleb teatud kampaaniatoode sisse alles kampaania alguses, seega pole kuidagi võimalik endist hinda näidata, sest on tooteid, mida enne pole selles konkreetses poes enne olnud. Kuidas siis kampaaniahinda näidata?

Varasemaks hinnaks on konkreetse poe viimase 30 päeva (uue kauba puhul vähemalt 7 päeva) madalaim hind. Kui varasemalt toodet antud kaupluses müüdnud ei ole, siis ei saa tootel olla ka varasemat hinda ja selle alusel arvutatavat soodushinda.

27. Kas varasema hinna avaldamise kohustus hakkab kehtima 28.05.2022 või 30 päeva pärast 28.05.2022?

Alates 28.05.2022 hinna alandamisest teavitamisel, peab varasemaks hinnaks märkima vähemalt 30 päeva jooksul enne hinna alandamist kaubale kohaldatud madalaima hinna.

28. Kas varasem hind peab kajastuma ka ostutšekil?

Ostutšekil ehk kauba müümist tõendaval dokumendil peab sisalduma kauba nimetus, hind ning tasutud summa. Varasemat hinda ehk 30 päeva madalaimat hinda ostudokumendil kajastuma ei pea.

29. Kas teenuse osutamisel tuleb samuti uue hinna alandamise regulatsiooniga arvestada?

Ei, hinna alandamisest teavitamise reeglid kehtivad üksnes kaupade müügil. Teenuste hinna alandamisest teavitamisel tuleb lähtuda heast kaubandustavast ja arvestada, et müük toimuks tarbija suhtes ausalt ning kasutatavad kauplemisvõtted ei oleks eksitavad ega ebaausad.

30. Kas tasuta tarne kui teenus kauba ostmisel läheb ka uue direktiivi alla?

Ei. Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiivi (EL) 2019/2161 kohaldatakse toodete suhtes, mida tuleb direktiivi kontekstis käsitleda kaubana. "Kaup" on määratletud teistes ELi tarbijaõiguse sätetes vallasvarana. Seepärast ei kohaldata direktiivi, sealhulgas artiklit 6a, teenuste (sh digiteenuste) ega digisisu suhtes.

31. Kas head kaubandustavad on kõikidele kauplejatele kohustuslikud? Mis juhtub, kui neid mitte järgida?

Tarbijakaitseadusest tuleb nõue, et kauba või teenuse tarbijale pakkumine ja müük peab toimuma head kaubandustava arvestades ning tarbija suhtes ausalt. Kui kaupleja tegevus on heade kaubandustavadega vastuolus, siis võib olla tegemist ebaausa kauplemisvõtte kasutamisega, mis on keelatud nii enne kui ka pärast kauba või teenusega seonduva tehingu tegemist, samuti tehingu tegemise ajal.

32. E-poe infosüsteem märgib ekslikult ühe toote hinnaks 0 eurot. Avastame vea ja muudame hinna õigeks. Kui me järgmisel nädalal teeme allahindluskampaania, kas siis peame märkima viimase 30 päeva madalamaks hinnaks 0 eurot?

Kui toode oli müügil hinnaga, mida kaupleja tegelikult märgitud hinnaga müüa ei soovinud, siis võib olla tegemist eksimusega ja sellest hinnast ei tule varasemat hinda arvestada. Vajadusel peab kaupleja aga suutma tõendada, et ebaõige hind oli avaldatud olulise eksimuse mõjul ehk selle avaldamise põhjuseks oli näiteks tehniline rike või inimlik eksimus.

33. Osaleme musta reede kampaanias, mille käigus käigus kehtib kõikidele toodetele allahindlus -20%. Kas 30 päeva enne musta reedet ei tohi siis hindu tõsta?

Tohib küll. Tuleb lihtsalt arvestada, et mustal reedel 20%-list allahindlust lubades peavad kõik soodushinnad olema arvestatud viimase 30 päeva madalaimatest hindadest.

34. Kui kaupluses on näiteks kevadmüük, mis kestab kolm kevadkuud, kas siis peavad kampaania teisel kuul muutuma kauba põhihinnad esimesel kuul kehtinud soodushinnaks?

Ei, varasemad hinnad tuleb paika panna kampaania alguses ja need jäävad samaks kogu kampaania ajaks.

35. Kui 30 päeva jooksul on kaks kampaaniat, kas siis teises kampaanias peab näitama eelneva sooduskampaania hinda?

Nii esimese kui ka teise teise kampaania puhul tuleb näidata varasemat hinda ehk vähemalt viimase 30 päeva madalaimat hinda.

36. Kui kaupleja osales e-smaspäeva kampaanias, kas siis järgmise 30 päeva jooksul peab näitama allahindlusprotsenti e-smaspäeva kampaania hindadest?

Jah, kui e-smaspäeva kampaania hinnad on viimase 30 päeva madalaimad.

37. Kuidas soodushind kujundada kui praegusel ajal paljud tootjad muudavad hindasid mitu korda lühikese aja jooksul?

Seadus ei reguleeri, kas ja kui tihti tohib sooduskampaaniaid korraldada ja kaupu soodustingimustel müüa. Seadus üksnes sätestab, et kui soodustingimustel kaupu müüa, tuleb aluseks võtta varasem hind, mis on vähemalt viimase 30 päeva madalaim hind.

38. Kas 30 päeva madalaim hind võib olla kaupluse põhine? Piirkonniti kaupluste hinnad erinevad.

Varasem ehk 30 päeva madalaim hind tuleb määrata müügikoha põhiselt. Müügikoht on koht (näiteks kauplus või e-kauplus), kus kaupleja vahetult pakub ja müüb kaupa. See on vajalik selleks, et tarbija saaks aru konkreetse müügikohas talle pakutavast hinnaeelisest ning hinnaeelse lubamisega tarbijat ei eksitataks.

39. Kas varasem hind tuleb arvutada kauba- või müügikohapõhiselt?

Kui kaupleja müüb kaupa mitmes müügikohas (mitmes kaupluses) ja otsustab näidata, et kaup on allahindlusega, siis tuleb võrdlusena näidata just selle konkreetse müügikoha vähemalt 30 päeva madalaimat hinda. Näiteks, kui kaup on müügil kõikides sama keti kauplustes ja tehakse kaupluste ülene allahindlus (näiteks "kõikides X ettevõtte kauplustes jalgrattad -20%"), siis tuleb näidata igas kaupluses, milline oli vastava kauba (jalgratta) vähemalt 30 päeva madalaim hind selles kaupluses.

40. Kas seda, et tegemist on uue kaubaga, tuleb hinnatakauba- või müügikohapõhiselt?

Seda, kas tegemist on uue kaubaga, tuleb hinnata müügikohapõhiselt. Näiteks, kui jaekett avab uue kaupluse, siis sealsed kaubad on uued, kuigi keti teistes kauplustes on need juba müügil olnud. Samuti, kui kaup on olnud müügil ainult e-poes ja nüüd tuuakse see müüki ka füüsilisse kauplusesse, siis füüsilises kaupluses on tegemist uue kaubaga.

41. Tegemist on suurema kaupluste ketiga. Kui allahindlus kehtib ühel või paaril päeval ainult ühes kaupluses, siis kuidas toimub soodushindade arvutamine ülejäänud ketis?

Soodushindade arvutamisel tuleb lähtuda igas kaupluses kehtinud hindadest. Kui sooduskampaania kehtib sama keti kõikides poodides, tuleb igas kaupluses näidata ära, mis oli vähemalt 30 päeva madalaim hind konkreetses kaupluses. Kui mõnes poes oli varasemalt juba kampaania korraldatud, siis nende poodide puhul on varasemateks hindadeks eelmise kampaania (soodus)hinnad.

- 42. Suurtel jaemüüjatel on kümneid tuhandeid artikleid ja 30 päeva jooksul muudetakse sadu kui mitte tuhandeid hindu. On täiesti ebamõistlik koormus nõuda iga toote juures hinnaalanduse korral viimase 30 päeva madalaima hinna silti, mitte viimast jaehinda. Kestva kampaania korral võib iga päev sinna 30 päeva aknasse langeda väga palju erinevaid tooteid, mille hinnasilte peaks iga päev vahetama.**

Sooduskampaania korraldamine ei pruugi tähendada kõikide toodete hinnasiltide vahetamise kohustust. Kui kauba hind on püsinud enne allahindlust 30 päeva jooksul muutumatuna, siis hinnasilte vahetama ei pea, sest hinnasiltidel olevad hinnad ongi 30 päeva madalaimad.

- 43. Kas tarbijat ei eksita, kui teda ei teavitata toote väärtusest?**

Tarbijat tuleb teavitada toote varasemast hinnast ja alandatud hinnast. Toote väärtuse avaldamise kohustust seadus ei sätesta.

- 44. Nagu ma saan aru, siis enam ei saa müüa kaupa, mis on tarnitud spetsiaalselt konkreetseks kampaaniaks ja mõeldud müümiseks ainult kindlal perioodil. Toode peab olema enne kampaaniat vähemalt 7 päeva tavasortimendis?**

Kampaania tooteid saab müüa ikka. Seejuures tuleb lihtsalt jälgida, et tarbijale ei jäetaks muljet, et tegemist on hinna alandamisega. Näiteks viitab väljend "soodushind" hinna alandusele ja see peab vastama 30 päeva madalaima hinna reeglile.

- 45. Kui kaubanduskeskus korraldab hooajakaupade sooduskampaania, kas keskus vastutab siis kampaania korraldajana selle eest, et kõik üürnikest kauplused järgiksid hinna avaldamise reegleid?**

Kampaania korraldajana peab kaubanduskeskus tagama, et kampaania teavitused ei oleks eksitavad. Näiteks on lubatud teade "hooajakaupade allahindlus X kaubanduskeskuses". Eksitav oleks aga teade "hooajakaupade allahindlus kõikides X kaubanduskeskuse kauplustes", kui tegelikult kõik kaubanduskeskuse kauplused kampaanias ei osale.

- 46. Kas kaupluse hinnasildil võib avaldada tavahinna koos 30 päeva soodsaima hinnaga?**

Jah, soovi korral võib hinnasildil kuvada samaaegselt mitut hinda, nii soodushinda kui ka varasemat ehk vähemalt viimase 30 päeva madalaimat hinda.

47. Kui kaupmees planeerib sooduskampaaniad minimaalselt 30 päevase intervalliga kas siis piisab ainult varasema näitamisest?

Jah, kui varasem hind on viimase 30 päeva madalaim hind.

48. Kas hinnasildil võib kuvada kokku kolme hinda (hind 100 eurot, varasem hind 90 eurot ja soodushind 80 eurot)?

Jah, võib küll. Hind näitab toote müügihinda ilma soodustuseeta. Varasem hind näitab viimase 30 päeva madalaimat hind. Soodushind näitab varasemast hinnast alandatud hinda.

49. Toome maale ja müüme portselani. Seal on toodetel 2 kategooriat. Näiteks siis I kategooria ning II (on I kategooriast alati -30% soodsam ja on tooted, mis ei ole tegemisel õnnestunud korrektselt- väike õhumull, näpujälg, glasuuri defekt jm). Prantsusmaalt saadetaksegi tooted kahes kategoorias ning hinnas ja II kategooria on 30% soodsam I'st. Kas alaliselt defektseid, vähem kvaliteetseid tooteid võib jätkuvalt müüa I kategooria hinnast II kategooria -30%. Seejuures on selgitused, mis on I kategooria ja mis II kenasti välja toodud.

Jah, defektseid tooteid võib jätkuvalt müüa erihinnaga, aga kaupleja peab avaldama teabe, et tegemist on defektsetele toodetele rakenduva erihinnaga. Sealjuures on oluline, et tarbija ei satuks avaldatud infost eksitusse ja oleks üheselt selge, et tegemist ei ole soodushinnaga, vaid defektsetele toodetele kehtiva erihinnaga.

Personaalsed kliendipakkumised

50. Kui kliendile antakse nt e-smaspäeva raames kood ja saab -20% kogu poest – kas see on kliendipakkumine või mitte? Ja kas järgmise 30 päeva jooksul võib uuesti mingeid kampaaniad korraldada?

Kliendipakkumiseks loetakse nii pikaajalisi kliendilojaalsusega seotud alandatud hindade kavu kui ka personaalseid hinnaalandusi. Pikaajalised kliendilojaalsusega seotud alandatud hindade kavad on näiteks olukorrad, kus klient saab:

- kliendikaardiga kõikidelt kaupadelt püsisoodustust 5%;
- kliendikaardiga teatud kaupadelt pikaajalist (näiteks pool aastat või aasta) soodustust 10€;
- soodustust kliendikaardile kogutud boonuspunktide eest.

Personaalse hinnaalandusega on tegemist varasematest ostudest sõltuva allahindluse või erilistel puhkudel tehtava personaalse allahindlusega. Näiteks:

- teade "kliendikaardi omanikule sel nädalavahetusel kõik lambid -20%", kui kliendikaardi saamine ei ole kõigile või enamikele külastajatele vabalt võimalik;

- kliendikaardi omanikule igal nädalal erinevatele kaupadele pakutav allahindlus selliselt, et allahinnatud kaubad on iga kliendi puhul personaalsed;

- ostusumma pealt saadav allahindluskupong;

- ostu hetkel kohaldatavad allahindlused, millest ei ole eelnevalt tarbijat teavitatud.

Seega peab tegemist olema üldsusele pakutavast kampaaniast erineva kampaaniaga, milles on võetud arvesse konkreetse kliendiga seotud erisusi (ntks sünnipäev, ostude pealt kogunenud boonuspunktid vms). Personaalse pakkumise puhul ei ole tegemist üldsusele väljakuulutatud soodushinna kampaaniaga, vaid tegemist peab olema konkreetse kliendi eripärast tuleneva soodustusega. Juhul, kui kaupleja väljastab kupongi üksnes konkreetse kliendi ostuajalugu ning temaga seotud erilisi sündmusi silmas pidades, siis varasema hinna kuvamise nõuded ei kohaldu. Nii nagu nimetuski ütleb, peab pakkumise puhul tegemist olema konkreetset klienti arvesse võttes millegi isiklikuga.

Kampaaniate korraldamisega seonduvalt, juhul kui 30 päeva jooksul korraldatakse katkestustega mitmeid müügikampaaniaid, mille vahel tõstetakse hinda, siis on tegemist järjestikuste sooduskampaaniatega. Sellisel juhul on iga järgneva allahindluse puhul varasemaks hinnaks viimase 30 päeva jooksul kehtinud madalaim hind, mitte enne esimest sooduskampaaniat kehtinud varasem hind.

Näiteks kauba varasemaks hinnaks on 100 eurot (st et kaupa müüdi 30 päeva jooksul kõige madalama hinnaga summas 100 eurot). I kampaania kestab 01.01.2022 kuni 15.01.2022 ja selle kampaania raames alandatakse hinda 50% (kuvatakse varasem hind 100 eurot, millest alandatakse hinda 50% ja I kampaania raames on võimalik antud kaupa osta 50 euro eest. Pärast I kampaania lõppemist on kaup uuesti müügis 100 euro eest.

II kampaania kestab 24.01.2022-31.01.2022. II kampaania raames on vaja varasema hinna märkimisel võtta arvesse viimase 30 päeva madalaim hind, milleks on 50 eurot (kuvatakse varasem hind 50 eurot, millest alandatakse hinda 50% ja II kampaania raames on võimalik kaupa osta 25 euro eest).

51. Kui tehakse kampaania „osta 25 euro eest ja saa järgmiselt ostult kupongiga allahindlust 20%“. Kas see on personaalne pakkumine, mida ei pea arvestama hilisema tavahinna määramisel?

Jah, see on piisavalt personaalne pakkumine. Personaalsete hinnaalanduste suhtes, mis ei kuulu oma laadi tõttu üldsusele pakutavate hinna alandamise teadete hulka, ei kohaldu varasema 30 päeva madalaima hinna kuvamise nõue. Näiteks hinnaalandus, mis tuleneb tarbija varasematest ostudest sama müüja juures, kui tarbija saab ostu sooritades sooduskupongi, mille alusel saab kuni kuu lõpuni järgmiselt ostult 20% allahindlust.

Seevastu kohaldatakse varasema 30 päeva madalaima hinna kuvamise nõuet nende hinnaalanduste suhtes, mida küll esitletakse personaalsete hinna alandustena, kuid mida tegelikult pakutakse/reklaamitakse tarbijatele üldiselt. Selline olukord võib tekkida siis, kui kaupleja teeb sooduskupongid või -koodid teatava aja jooksul kättesaadavaks kõigile füüsilist kauplust või veebipoodi külastavatele tarbijatele.

52. Kui lojaalsusprogrammiga on e-poes kliendikonto registreerimine ja sellega kaasneb 5% allahindlus tavahinnaga toodetelt. Kas see on personaalne pakkumine, mida ei võeta arvesse tavahinna määramisel?

Kliendipakkumiseks loetakse nii pikaajalisi kliendilojaalsusega seotud alandatud hindade kavu kui ka personaalseid hinnaalandusi. Pikaajalised kliendilojaalsusega seotud alandatud hindade kavud on näiteks olukorrad, kus klient saab:

- kliendikaardiga kõikidelt kaupadelt püsisoodustust 5%;
- kliendikaardiga teatud kaupadelt pikaajaset (näiteks pool aastat või aasta) soodustust 10€;
- soodustust kliendikaardile kogutud boonuspunktide eest.

30 päeva jooksul madalaima hinna kuvamise nõuet ei kohaldata müüja rakendatavatele kliendilojaalsuse programmidele, nagu sooduskaardid või -kupongid, mis annavad tarbijale õiguse saada müüja kõigilt toodetelt või kindlaksmääratud tooterühmade puhul pikema aja jooksul (nt kuus kuud või aasta) allahindlust või mis võimaldavad koguda tulevaste ostude jaoks boonuspunkte. Sama põhimõtte alla kuuluvad ka personaalsed hinnaalandused, mis tehakse tarbijale erilistel puhkudel, nagu liitumine kliendilojaalsuse programmiga või tarbija abiellumine või sünnipäev, ning ostu hetkel kohaldatavad allahindlused, millest ei ole ette teatatud.

Seevastu kohaldatakse varasema 30 päeva madalaima hinna kuvamise nõuet nende hinnaalanduste suhtes, mida küll esitletakse personaalsete hinna alandustena, kuid mida tegelikult pakutakse/reklaamitakse tarbijatele üldiselt. Selline olukord võib tekkida siis, kui kaupleja teeb sooduskupongid või -koodid teatava aja jooksul kättesaadavaks kõigile füüsilist kauplust või veebipoodi külastavatele tarbijatele.

53. Kui tootel on kliendikaardiga ostjale erihind, kas see läheb ka nõ soodushinnana kirja?

30 päeva jooksul madalaima hinna kuvamise nõuet ei kohaldata müüja rakendatavatele kliendilojaalsuse programmidele, nagu sooduskaardid või -kupongid, mis annavad tarbijale õiguse saada müüja kõigilt toodetelt või kindlaksmääratud tooterühmade puhul pikema aja jooksul (nt kuus kuud või aasta) allahindlust või mis võimaldavad koguda tulevaste ostude jaoks boonuspunkte. Sama põhimõtte alla kuuluvad ka personaalsed hinnaalandused, mis tehakse tarbijale erilistel puhkudel, nagu liitumine kliendilojaalsuse programmiga või tarbija abiellumine või sünnipäev, ning ostu hetkel kohaldatavad allahindlused, millest ei ole ette teatatud.

Seevastu kohaldatakse varasema 30 päeva madalaima hinna kuvamise nõuet nende hinnaalanduste suhtes, mida küll esitletakse personaalsete hinna alandustena, kuid mida tegelikult pakutakse/reklaamitakse tarbijatele üldiselt. Selline olukord võib tekkida siis, kui kaupleja teeb sooduskupongid või -koodid teatava aja jooksul kättesaadavaks kõigile füüsilist kauplust või veebipoodi külastavatele tarbijatele.

Näiteks järgnevad pakkumised:

- „täna –20 %, kasutades koodi XYZ“
- või
- „sel nädalavahetusel püsikliendile kõik –20 %“,
kus koodi/kliendilojaalsuse programmi saavad kasutada paljud või enamik klientidest.

54. Kas on okei kampaania, kus kõikidele klientidele reklaamime näiteks välja "Kogu tavahinnaga kaup -26% ostes vähemalt 50€ eest" ? Kas see on piisavalt personaalne või mitte?

Jah, see on piisavalt personaalne.

55. Kas mõistame õigesti, et: „Pikaajalised kliendilojaalsusega seotud alandatud hindade kavad“ on näiteks ka olukorrad, kus klient saab kliendikaardiga kõikidelt kaupadelt püsisoodustust -25% aasta jooksul ainult kahel päeval nädalas näit iga laupäev ja pühapäev?

Ei, tegemist ei ole pikaajalise kliendilojaalsuse kavaga ehk nn püsisoodustusega, vaid konkreetse hinna alandamise teatega. Seega asjaolu, kas 30 päeva madalaimat hinda tuleb näidata või ei, sõltub sellest, kas teade on personaalne või üldsusele suunatud. Kui kliendikaardi omanikuks võivad saada sisuliselt paljud või enamik poe külastajatest, on teade suunatud üldsusele ja tuleb näidata 30 päeva madalaimat hinda.

56. Kuidas mõista „kui kliendikaardi saamine ei ole kõigile või enamikele külastajatele vabalt võimalik“ – ID kaardiga kliendilojaalsusprogrammiga liitumist, mis on üldjuhul tasuta?

ID-kaardi abil kliendilojaalsusprogrammiga liitumine on enamikule külastajatele vabalt võimalik, isegi kui see on mingi tasu eest. Kõigile või enamikele külastajatele ei ole kliendikaart vabalt kättesaadav, kui igal poodi tuleval inimesel ei ole võimalik kõnealust kaarti saada. Näiteks ei ole kliendikaardi saamine vabalt võimalik juhul, kui selleks peab enne teatava summa ulatuses kaupu ostma või sõltub kliendikaardi saamine mõnest muust eelnevale sarnasest kriteeriumist. Kõigile ega enamikele külastajatele ei ole kliendikaart vabalt kättesaadav näiteks ka juhul, kui tegemist on astmelise kliendikaardisüsteemiga, mille raames soodsama taseme saamiseks tuleb teatud

summa ulatuses kaupu osta. Samuti ei ole igaühele kättesaadavad näiteks pankade eritaseme krediitkaardid, mida igaühele ei väljastata.

57. Personaalne hinnaalandus kliendikaardiga/sõltuvalt kliendi staatusest: nt hind tavakliendile 10€, püsikliendile 5€. Kas kliendikaardiga soodushind on personaalne pakkumine ning seda ei pea arvestama viimase 30 päeva soodsaimaks hinnaks?

Juhul, kui hind püsikliendile on kuvatud erihinnaga järjepidevalt (näiteks püsivalt on kliendile soodustus 5% kõikidelt kaupadelt), siis ei ole kauplejal vaja kuvada varasema 30 päeva madalaimat hinda.

Juhul, kui kliendikaart on kättesaadav üldsusele ja kaupleja kuulutab välja tavapärasest -5% pakkumisest täiendava kampaania näiteks pakkumine, mille raames on nädalavahetusel kogu kaup püsikliendile -20%, siis on tegemist hinna alandamise teatega ja kaupadel tuleb märkida varasema 30 päeva jooksul kuvatud madalaim hind.

58. Kas lojaalsusprogrammi ja personaalse pakkumise alla läheb e-poes kliendikonto registreerimine, millega kaasneb -5% allahindlus tavahindadega toodetelt? Soodustust ei saa kasutada kliendid, kes ei ole kliendikontot registreerinud.

Juhul, kui hind püsikliendile on kuvatud erihinnaga järjepidevalt (näiteks püsivalt on kliendile soodustus 5% kõikidelt kaupadelt), siis ei ole kauplejal vaja hinna alandamise teate tegemisel kuvada varasema 30 päeva madalaimat hinda.

Seevastu juhul, kui kliendikonto avamine on kättesaadav üldsusele ja kaupleja kuulutab välja tavapärasest -5% allahindlusest täiendava kampaania näiteks pakkumine, mille raames on nädalavahetusel kogu kaup püsikliendile -20%, siis on tegemist hinna alandamise teatega ja kaupadele tuleb märkida varasema 30 päeva jooksul kuvatud madalaim hind.

59. Kas on korrektne siduda kõik kliendipakkumised pikaajalise lojaalsusprogrammiga ja sel juhul ei pea varasema hinna määratlemisel arvesse kliendipakkumiste hindu?

Ei, kui kliendikaart on kättesaadav üldsusele ja kaupleja kuulutab välja tavapärasest näiteks -5% pakkumisest täiendava kampaania (näiteks pakkumine, mille raames on nädalavahetusel kogu kaup püsikliendile -20%), siis on tegemist hinna alandamise teatega ja kaupadele tuleb märkida varasema 30 päeva jooksul kuvatud madalaim hind.

60. Kui püsikliendibaas on väga suur, kuid püsikliendiks saamiseks pead siiski liituma ja täitma näiteks avalduse jne, kas siis sellele suurele püsikliendibaasile pakkumise tegemine 7 päeva peale eelmist kampaaniat on lubatud?

Kampaania korraldamise tähtaega seadusega sätestatud ei ole. Seadusega on sätestatud hinna alandamise teate tegemisel varasema 30 päeva madalaima hinna kuvamise nõue.

61. Kas võib lugeda personaalseks kampaaniaks järgnevat: "osta kolmapäeval 25 EUR eest - saa 20% allahindlust"

Jah.

62. Kui on 30 päeva jooksul olnud personaalne pakkumine, kas peab arvestama uuel pakkumisel kõikidele klientidele?

Personaalsete pakkumiste puhul ei ole hinna alandamise teate tegemisel vaja järgida varasema 30 päeva madalaima hinna kuvamise nõuet.

Seevastu juhul, kui kliendikaart on kättesaadav üldsusele ja kaupleja kuulutab välja tavapärasest järjepidevalt kehtivast -5% pakkumisest täiendava kampaania näiteks pakkumine, mille raames on nädalavahetusel kogu kaup püsikliendile -20%, siis on tegemist hinna alandamise teatega ja kaupadele tuleb märkida varasema 30 päeva jooksul kuvatud madalaim hind.

63. Kui soodushinnad ongi kättesaadavad ainult kliendikaardiga (aga kõigile kliendikaardi omanikele), siis kas tegu personaalse pakkumisega?

Juhul, kui hind püsikliendile on kuvatud erihinnaga järjepidevalt (näiteks püsivalt on kliendile soodustus 5% kõikidelt kaupadelt), siis ei ole kauplejal vaja hinna alandamise teate tegemisel kuvada varasema 30 päeva madalaimat hinda.

Seevastu juhul, kui kliendikaardi tegemine on kättesaadav üldsusele ja kaupleja kuulutab välja tavapärasest -5% allahindlusest täiendava kampaania näiteks pakkumine, mille raames on nädalavahetusel kogu kaup püsikliendile -20%, siis on tegemist hinna alandamise teatega ja kaupadel tuleb märkida varasema 30 päeva jooksul kuvatud madalaim hind.

64. Kas mõistame õigesti, et: „Ühekordne pakkumine kliendilojaalsuse programmiga liitumisel“ on näiteks ka olukord mille puhul klient teeb iga nädal uue liitumise kaheks päevaks ja saab seeläbi ühekordse soodustuse „kõik kaubad-20%“.

Ei.

65. Kas mõistame õigesti, et korrektne on kliendilojaalsusprogrammi raames järgnev Teade: "kliendikaardi omanikule sel nädalavahetusel kõik lambid -20%"; "kliendikaardi omanikule sel nädalavahetusel kõik rehad -20%"; "kliendikaardi omanikule sel nädalavahetusel kõik kaubad -20%"

Teavitus kampaania kohta peab olema tõene. Seega juhul, kui kaupleja teavitab, et kliendikaardi omanikule on nädalavahetusel kõik lambid/rehad/kogu kaup -20% hinnaalandusega, siis tarbijal peab olema võimalik lubatud tootegruppe märgitud allahindlusega saada.

Puutuvalt varasema hinna märkimise nõudesse, siis juhul, kui hind püsikliendile on kuvatud erihinnaga järjepidevalt (näiteks püsivalt on kliendile soodustus 5% kõikidelt kaupadelt), siis ei ole kauplejal vaja kuvada varasema 30 päeva madalaimat hinda.

Juhul, kui kliendikaart on kättesaadav üldsusele ja kaupleja kuulutab välja tavapärasest -5% pakkumisest täiendava kampaania näiteks pakkumine, mille raames on nädalavahetusel kogu kaup püsikliendile -20%, siis on tegemist hinna alandamise teatega ja kaupadel tuleb märkida varasema 30 päeva jooksul kuvatud madalaim hind.

66. Palun avada mõte mis muudab järgneva pakkumise personaalseks: Personaalse hinnaalandusega on tegemist varasematest ostudest sõltuva allahindluse või erilistel puhkudel tehtava personaalse allahindlusega. Näiteks: Teade "kliendikaardi omanikule sel nädalavahetusel kõik lambid -20%", kui kliendikaardi saamine ei ole kõigile või enamikele küllastajatele vabalt võimalik.

See tähendab, et igal või paljudel poodi tulevatel inimestel ei ole võimalik kliendikaarti saada (kliendikaart ei ole üldsusele kättesaadav). Näiteks ei ole kliendikaardi saamine vabalt võimalik juhul, kui selleks peab enne teatava summa ulatuses kaupu ostma või sõltub kliendikaardi saamine mõnest muust eelnevale sarnasest kriteeriumist. Enamiku kauplejate puhul on kliendikaardid kõigile kättesaadavad ja seega personaalse pakkumise alla ei lähe. Juhul kui kauplejal on mitmetasandiline kliendikaardisüsteem - nt tavakliendikaart on kättesaadav kõigile, VIP-kliendikaardi saavad need, kes on ostnud x summa eest (summa peab olema arvestatav - kui see täitub esimese väikese ostuga, ei saa seda lugeda personaalseks pakkumiseks), siis VIP-kliendikaardi pakkumised on personaalsed pakkumised.

67. Kas saan õigesti aru, et varasema hinna välja arvutamisel ei pea arvestama kliendipakkumise hinda kui kliendipakkumine tehakse isiksustatud kliendile järgneva lojaalsusprogrammi tingimusel:

Allahindlus isiksustatud kliendikaardiga (ID-kaart) iga päev -30%, kui ostad 500 EUR eest esimese 6 kuu jooksul ja edaspidi 500 EUR eest aastas. või

Allahindlus isiksustatud kliendikaardiga (ID-kaart) kõik laminaatparketid, valgustid, värvid, tapeedid -30%, kui ostad 500 EUR eest esimese 6 kuu jooksul ja edaspidi 500 EUR eest aastas.

Jah, toodud näidete puhul ei kohaldu hinna alandamise teate tegemisel varasema 30 päeva madalaima hinna kuvamise nõue.

68. Kas uudiskirja listiga jagatav kood on personaalne pakkumine, mida ei pea arvesse võtma hindade kuvamisel, kuna see ei ole kättesaadav kõigile e-poe küllastajatele?

Juhul, kui uudiskirjaga saavad kõik liituda, siis tegemist ei ole personaalse pakkumisega, vaid üldsusele tehtud pakkumisega ning seetõttu on vaja hinna alandamise teate tegemisel kuvada kaupadel varasem 30 päeva madalaim hind.

69. kampaania: liitu uudiskirjaga ja saad kupongi // kas see on personaalne pakkumine? (liituja saab kupongi e-posti teel).

Kliendilojaalsuse programmiga liitumise eest väljastatud sooduskupongi puhul ei ole vaja kuvada kaupadel varasema 30 päeva madalaimat hinda.

70. Kui kraapimismängus, loosirattas vms kampaania raames on näiteks 1000 inimesel võimalik võita teenuse soodustus kindlaks perioodiks, siis kas see on personaalne pakkumine või tuleb seda võtta arvesse järgnevas kampaanias?

Kui tegu on teenusega, siis viimase 30 päeva madalaima hinna kuvamise regulatsioon ei kohaldu.

Kui tegu on kaubaga, siis sõltub kaupleja suurusest ja proportsioonist, kui suurele osale on soodustus kättesaadav, kas tegu on personaalse pakkumisega ning seda tuleb hinnata juhtumi põhiselt.

71. Kui alandan kõikidel kaupadel tavalist hinda ning teatan, et "meil on mai lõpuni head hinnad" ning ei reklaami soodus%. Kas see reklaam läheb ikkagi sama seaduse alla?

Ei, sest tegemist ei ole hinna alandamise teatega. Hinnakujundus on vaba. Aga kui juunis tehakse uus kampaania "kõik tooted või mingi osa tooteid -20%", siis tuleb arvestada ikka 30 päeva madalaimat hinda ehk siis mais kehtinud hindu.

72. Kas e-poe ostukorvis / Checkoudis võib mis-iganes soodustust pakkuda? See on ju personaalne - seda üldsus ei saa.

Ei, sest üldsusel on ligipääs ostukorvis kuvatud hinna alandamise teatele.

73. Kas püsikliendiprogramm "Kundekaardiga püsivalt -10%" läheb direktiivi erandi alla?

Jah. (vt ka järgmine vastus)

74. Juhendi kohaselt ei võeta varasema hinna määratlemisel arvesse kliendipakkumiste hindu (nõus). Samas olen nüüd mitmelt poolt eranditult kuulnud, et seda reeglit saab hakata tõlgendama nii, et „klientide suhtes midagi ei muutu“, s.o, et klientidele saab teha lühikese perioodi jooksul allahindlusi ning 30p reegel sellisel juhul ei kohaldu. Mina olen sellest seni teistmoodi aru saanud ning direktiivi mõtet tõlgendanud selliselt, et juhul, kui klientidele ka ikkagi lühiajalisi allahindlusi tehakse (sh avaldatakse ka hinna alandamise teateid

direktiivi mõttes), siis järgmisel, klientidele suunatud hinna alandusel, tuleb varasemat allahindlust ikkagi arvesse võtta.

Juhul, kui hind püsikliendile on kuvatud erihinnaga järjepidevalt (näiteks püsivalt on kliendile soodustus 5% kõikidelt kaupadelt), siis ei ole kauplejal vaja hinna alandamise teate tegemisel kuvada varasema 30 päeva madalaimat hinda.

Seevastu juhul, kui kliendikaardi tegemine on kättesaadav üldsusele ja kaupleja kuulutab välja tavapärasest -5% allahindlusest täiendava kampaania näiteks pakkumine, mille raames on nädalavahetusel kogu kaup püsikliendile -20%, siis on tegemist hinna alandamise teatega ja kaupadel tuleb märkida varasema 30 päeva jooksul kuvatud madalaim hind.

75. Toon näite: Poe X hinnapoliitika kohaselt kehtivad poe X püsiklientidele (poe X püsikliendikaardi omanikele) püsivalt soodsamad hinnad, kui n-õ tavaklientidele (ilma kliendikaardita). Sellisel juhul jäävad poe X püsiklientidele kohalduvad hinnad direktiivi artikli 6a kohaldamisalast välja, kuna tegemist on kliendilojaalsuse programmiga, mis annab püsikliendile õiguse saada müüja kõigilt toodetelt või kindlaksmääratud tooterühmade puhul pikema aja jooksul (nt kuus kuud või aasta) allahindlust. Kui aga nüüd tehakse kampaania, et „maikuus poe X püsiklientidele hinnad all -30%“, siis nt juuni esimesel nädalal püsiklientidele „kevadallahindluse“ vms tegemisel, tuleb arvestada, et allahindlusena saab reklaamida ainult neid püsikliendihindu, mis on madalamad maikuus kohaldatud kampaania hindadest.

Jah, toodud näide on korrektne.

76. Mida TTJA sellest olukorrast arvab või kas olengi ehk eksinud ning püsiklientidele võibki erinevaid kampaaniaid teha ilma 30p reeglit arvestamata? Juhendit enam muuta ilmselt ei saa, aga v-o saab mingil muul moel tulevikus seda osa selgitada?

Juhul, kui hind püsikliendile on kuvatud erihinnaga järjepidevalt (näiteks püsivalt on kliendile soodustus 5% kõikidelt kaupadelt), siis ei ole kauplejal vaja hinna alandamise teate tegemisel kuvada varasema 30 päeva madalaimat hinda.

Seevastu juhul, kui kliendikaardi tegemine on kättesaadav üldsusele ja kaupleja kuulutab välja tavapärasest -5% allahindlusest täiendava kampaania näiteks pakkumine, mille raames on nädalavahetusel kogu kaup püsikliendile -20%, siis on tegemist hinna alandamise teatega ja kaupadele tuleb märkida varasema 30 päeva jooksul kuvatud madalaim hind.

77. Palun tuua välja kõikvõimalikud näited lubatud ja mittelubatud hinna avaldamise kohta, st: erinevad lähenemised püsikliendiprogrammides:

Püsikliendiprogrammide raames püsikliendile pakutavad hooajalised soodustused (reklaam tavaliselt kliendi e-posti, SMS-i vm kanali vahendusel ette, et nädala

lõpus teatud tootegruppide tooted miinus 20%). Kuidas sellisel juhul hindu tuleb avaldada?

Püsikliendiprogrammid, millel on kaks eri sihtrühma: füüsilisest isikust tarbija ja juriidilisest isikust ostja. Hinnasiltidel on erinevad hinnad nt ehituspoodides või kosmeetikatoodete professionaalidele müügil, cash & carry tüüpi pakkumised. Nt hind sihtgrupile I ja hind sihtgrupile II. Kuidas sellistel puhkudel on õigem hindu avaldada? Kuidas käituda, kui on soov sihtgruppidele teha lühiajalisi sooduskampaniaid?

Juhul, kui hind püsikliendile on kuvatud erihinnaga järjepidevalt (näiteks püsivalt on kliendile soodustus 5% kõikidelt kaupadelt), siis ei ole kauplejal vaja hinna alandamise teate tegemisel kuvada varasema 30 päeva madalaimat hinda.

Seevastu juhul, kui kliendikaardi tegemine on kättesaadav üldsusele ja kaupleja kuulutab välja tavapärasest -5% allahindlusest täiendava kampaania näiteks pakkumine, mille raames on nädalavahetusel kogu kaup püsikliendile -20%, siis on tegemist hinna alandamise teatega ja kaupadel tuleb märkida varasema 30 päeva jooksul kuvatud madalaim hind.

Hindadele, mis on suunatud juriidilistele isikutele ega ole kättesaadavad füüsilistele isikutele, kõnealune regulatsioon ei kohaldu.

Kampania kestus ei ole seadusega reguleeritud.

Sooduskoodid- ja kupongid

78. Kas e-poodides tehtavad sooduskoodiga kampaniad lähevad ka arvesse? Nt kui soodushind kehtib ainult sisestades sooduskoodi ja kas seda tuleb ka arvesse võtta?

Juhul, kui sooduskoodi jagamise kampania on üldsusele suunatud, siis tuleb hinna alandamise teate tegemisel märkida kaupadel varasema 30 päeva jooksul kuvatud madalaim hind.

30 päeva jooksul kehtinud madalaima hinna kuvamise nõuet ei kohaldata personaalsetele hinna alandamise teadetele või kliendipakkumistele. Kliendipakkumiseks loetakse nii pikaajalisi kliendilojaalsusega seotud alandatud hindade kavu kui ka personaalseid hinnaalandusi. Pikaajalised kliendilojaalsusega seotud alandatud hindade kavud on näiteks olukorrad, kus klient saab:

- kliendikaardiga kõikidelt kaupadelt püsisoostust 5%;
- kliendikaardiga teatud kaupadelt pikaajalist (näiteks pool aastat või aasta) soodustust 10€;
- soodustust kliendikaardile kogutud boonuspunktide eest.

Kliendilojaalsuse programmideks võivad olla sooduskaardid või -kupongid, mis annavad tarbijale õiguse saada müüja kõigilt toodetelt või kindlaksmääratud tooterühmade puhul pikema aja jooksul (nt kuus kuud või aasta) allahindlust või mis võimaldavad koguda tulevaste ostude jaoks boonuspunkte. Sama põhimõtte alla kuuluvad ka personaalsed hinnaalandused, mis tehakse tarbijale erilistel puhkudel, nagu liitumine kliendilojaalsuse programmiga või tarbija abiellumine või sünnipäev, ning ostu hetkel kohaldatavad allahindlused, millest ei ole ette teatatud.

Seevastu juhul, kui kliendikaardi tegemine on kättesaadav üldsusele ja kaupleja kuulutab välja tavapärasest -5% allahindlusest täiendava kampaania näiteks pakkumine, mille raames on nädalavahetusel kogu kaup püsikliendile -20%, siis on tegemist hinna alandamise teatega ja kaupadel tuleb märkida varasema 30 päeva jooksul kuvatud madalaim hind.

79. Kas näiteks päevane sooduskupongide jagamine ürituse raames on ok?

Jah. Juhul, kui sooduskupongi pakkumine on üldsusele suunatud ja järgmine hinna alandamise kampaania toimub 30 päeva jooksul, siis tuleb hinna alandamise teates võtta arvesse varasema madalaima hinna määramisel ka sooduskupongi kampaania raames kuvatud hinda.

80. Kas võib jagada päevase kehtivuse sooduskuponge?

Jah. Kampaania kestust ei ole seadusega reguleeritud.

81. Kas pakkumist "Osta 25 EUR eest ja saad järgmiselt ostult kupongiga allahindlust 20%" võib lugeda personaalseks pakkumiseks?

Jah.

82. Kui seda sama e-smaspäeva kampaania kupongi ei kasuta kõik kliendid, siis kuidas/miks peab müüja seda arvestama nagu kasutaks kõik ja edaspidi tegema hinnad selliselt?

Sooduskupongi kampaania, mis on suunatud üldsusele kohaldub direktiiv. Seega ei ole tähtis, kui mitu klienti kupongi kasutab, vaid asjaolu, kas pakkumine on suunatud üldsusele või on tegemist personaalse hinna alandamisega. Personaalsetele hinna alandamistele kehtib erand.

83. Kas saan õigesti aru, et kui jagan sooduskoodi nt.FB, mitte e-poe lehel, siis on see personaalne ja ei ole kõigile külastajatele kättesaadav?

Ei, sest kirjeldatud sooduskoodile on ligipääs üldsusel.

84. Kas mõjuisikutega jagatav sooduskood on kõigile jagatud? Mõjuisikute koode on erinevaid - on ka lühiajalised ja pikaajalised, et hea oleks mõlemat vaadet üle vaadata.

Juhul, kui mõjuisik suunab on pakkumise üldsusele, siis ei ole tegemist personaalse pakkumisega. Seadusega ei ole reguleeritud kampaania kestust, st lühiajalise ja pikaajalise puhul kehtib sama põhimõte.

85. Kas Affiliate ehk personaalne kood mida jagab kasutaja üldsusele selleks, et saada punkte, kuidas sel juhul käituda?

Kui tegemist on avalikkusele pakutava ja kättesaadava koodi või lingiga, siis on see üldsusele pakutav (sellisel juhul regulatsioon kohaldub) ja ei ole personaalne pakkumine.

86. Juhendis ei ole selgelt välja öeldud, kas nt e-esmaspäeva kampaania, kus kliendile antakse kood ja selle alusel saab nt -20% kogu poest, siis kas seda käsitletakse kliendipakkumisena või mitte. Ehk kas enne ja pärast sellist kampaaniat e-smaspäeva, musta reedet jne) ei saa enam ühtegi teist kampaaniat korraldada, sest hinnaalandused tuleb summeerida või mitte?

Kliendipakkumisega on tegemist juhul, kui hind püsikliendile on kuvatud erihinnaga järjepidevalt (näiteks püsivalt on kliendile soodustus 5% kõikidelt kaupadelt), siis ei ole kauplejal vaja kuvada varasema 30 päeva madalaimat hinda.

Juhul, kui kliendikaart on kättesaadav üldsusele ja kaupleja kuulutab välja tavapärasest -5% pakkumisest täiendava kampaania näiteks pakkumine, mille raames on nädalavahetusel kogu kaup püsikliendile -20%, siis on tegemist hinna alandamise teatega ja kaupadele tuleb märkida varasema 30 päeva jooksul kuvatud madalaim hind.

87. Kas e-poodides tehtavad sooduskoodiga kampaaniad lähevad ka arvesse? Nt kui soodushind kehtib ainult sisestades sooduskood ja kas seda tuleb ka arvesse võtta?

Üldsusele tehtud sooduspakkumiste puhul tuleb märkida hinna alandamise teates ka varasem 30 päeva jooksul kehtinud madalaim hind.

Personaalsed kliendipakkumised

Järjestikused ja järk-järgulised hinna alandamised

88. Kas järk-järgulise hinnaalanduse korral tuleb kõik allahindlusastmed kohe ära näidata või on lubatud neid kehtima hakkamise hetkel näidata? Näiteks iga nädal tuleb uus allahindlusreklaam ja katkestust vahepeal ei ole.

Ei, järk-järgulise hinna alandamise puhul ei pea tulevikus kehtima hakkavaid soodushindu enne nende kehtivuse algust kuvama.

89. Kui hind astmeliselt langeb nt juuni-juuli-august, siis kas peab juuni alguses ütlema, et kampaania kestab augusti lõpuni?

Teave sooduskampaania kestuse kohta tuleb tarbijale avaldada. Tegemist on teabega, mis võib oluliselt mõjutada tarbija tehinguotsust ning sellise teabe puudumine võib tarbijat hinnaeelise olemasolu osas eksitada.

90. Mõlema näite puhul, nii järk-järgulise kui järjestikuse kampaaniaga on toote tavahind ju tegelikult 100 €. Ka järk-järguline kampaania on terminoloogiliselt käsitletav järjestikulisena, sest kampaania vahepeal ei katke. Kas see ei ole tarbijat eksitav, kui ühe kampaaniakorralduse puhul võib kaupleja kuvada õige tavahinna 100 €, teisel juhul tuleb lähtuda soodushinnast 80 €, isegi kui see kehtis 30 päeva jooksul vaid 1 päeva?

Vältimaks sättest kõrvale hoidmist, tuleb direktiiviga ette nähtud järk-järgulise kampaania mõistet tõlgendada kitsalt. Seetõttu on oluline, et järk-järgulise sooduskampaania puhul on tegemist hinna järk-järgulise alandamisega, ilma katkestuseta ning hinna pideva alandamise käigus ei suurendata avaldatud varasemat hinda. Tegemist on õiguslikult erinevate terminite ja olukordadega ning tuleb lähtuda õigusaktides sätestatust, sõltumata sellest, et mõisted on sarnased.

Kiiresti riknevad kaubad

91. Kiiresti riknev 30 päeva on suhteline mõiste. Nt ravimid, kondoomid, kosmeetika jne ei ole midagi, mida klient võib soovida osta 30 viimase päeva jooksul - selliste kaupade ja allahindlustega realiseerimisaja suhtes tuleb tegeleda tükk aega varem.

Kiiresti rikneva või aeguva kauba näitena võib tuua värsked toiduained ja lühikese säilivusajaga joogid. Kiiresti rikneva kauba alla ei kuulu kaubad, mis ei ole oma koostise ja omaduste tõttu riknevad, vaid mis üksnes aeguvad kaubanduslikus mõttes, nagu näiteks hooajarõivad. Ravimite säilivusajad on väga erinevad (nt mõni vaktsiin, mis rikneb paari tunniga väljaspool hoiutingimusi või käsimüügiravimid, mille säilivus on aastaid), samuti on osa kosmeetikat nõ värsked (nt lühikeses säilivusajaga, külmkapis säilitatavad tooted), osa säilib aastaid. Kondoomid ei ole kiiresti riknevaks kaubaks.

Seda, kas toote näol on tegemist kiiresti vananeva, rikneva või aeguva tootega, tuleb hinnata juhtumipõhiselt. See tähendab, et kauplejal tuleb igal üksikul juhtumil eraldi hinnata, kas konkreetne kaup rikneb või aegub kiiresti ning muutub eeldatavalt enne 30 päeva möödumist müügikõlbmatuks.

Alkohoolsete toodete müük

92. Kas kaupluses alkoholi müügi osas kehtib ka 30 p madalaim hind kui soodushinda rakendada (isegi kui tarbijal seda väga keeruline välja lugeda)?

Jah, kehtib. Alkohoolse joogi müügihinna avaldamisel tuleb lähtuda nõudest, et alkohoolse joogi müügihinna ei ole lubatud avaldada selliselt, et tarbijale on samaaegselt nähtavad alkohoolse joogi algne ja uus müügihind. Soodustuse protsendi kuvamine on lubatud.

93. Küsimus hinna avaldamise juhendi lk 13 olev selgitus alkohoolse toote müügi kohta. Nimelt on märgitud, et: Allahindlusprotsendi kuvamine keelatud ei ole.

Lubatud on kuvada allahindlusprotsent. Samas on keelatud kuvada alkohoolse joogi müügihinna selliselt, et tarbijale on samaaegselt nähtavad alkohoolse joogi algne ja uus müügihind. Varasem hind koos uue soodushinnaga ei tohi hinnateate avaldamisel olla nähtav.

Kas see mitte pole olnud kogu aeg keelatud. Minu mäletamist mööda on seda tõlgendatud nii, et see ikkagi ahvatleb ostjat liiga palju kui paned -50% viinapudeli juurde. Lubatav vist on olnud, kui on mingi tühjendusmüük või lõpumüük ja paned kogu alkoholi letile teate, kõik -40% näiteks.

Alkohoolse joogi müügihinna ei ole lubatud avaldada selliselt, et tarbijale on samaaegselt nähtavad alkohoolse joogi algne ja uus müügihind. See tähendab, et alkohoolsete jookide soodustingimustel müügi korral tohib tarbijale näidata samaaegselt üksnes alkohoolse joogi müügihinna, s.o kas 30 päeva madalaimat või soodushinda. Varasem hind koos uue soodushinnaga ei tohi hinnateate avaldamisel olla nähtav. Allahindlusprotsendi kuvamine keelatud ei ole.

94. Kas midagi on muutunud või olen mina valesti aru saanud ja allahindlusprotsenti on alati tohtinud alkoholi müümisel näidata?

Allahindlusprotsendi kuvamine keelatud ei ole.

Lõpumüük

95. Kui on sortimendist väljaminev kaup (eelmise hooaja kaup), millele soovitakse allahindlust teha kuni kauba äramüümiseni, mis võib kesta isegi kuni aasta, siis mis moodi on siis hinnakuvamine?

Varasema hinna kindlaksmääramisel võib valida pikema võrdlusperioodi, mille jooksul antud kaupa müüdi vähemalt 30 päeva jooksul. Oluline on, et kaupa müüdi võrdlusperioodi ajal vähemalt 30 päeva jooksul ning avaldatav varasem hind oli kogu võrdlusperioodi madalaim hind.

96. Kui kaupmees sulgeb ühe oma poodidest eesmärgiga teha seal remont, et seejärel sama koht taasavada. Kas siis tuleb enne kaupluse ajutist sulgemist toimival soodusmüügil või tühjendusmüügil (nt kogu kaup -30%) näidata kõigil toodetel 30 päeva varasemat soodsamat hinda?

Jah.

Järelevalve

97. Mis moodi TTJA teostab kontrolli kas hinna alandamine oli tehtud korrektselt või mitte? Milliseid andmeid peab kaupleja kontrolli käigus TTJA'le edastama?

Kauplejal lasub kohustus tõendada, et tema majandustegevus on vastavuses kehtiva seadusega. Seega tuleb kauplejal hinnata, milliste dokumentide/kuvatõmmiste/väljavõtete vms abil on võimalik tõendada vastavus seadusandlusega.

98. Kas kaupmees peab hinnainfot 30 päeva säilitama?

Hinna alandamise teate tegemisel peab kauplejal olema võimalik tõendada, et varasema vähemalt 30 päeva madalaim hind on korrektselt kuvatud.

99. Kas nimetatud seadus hakkab kehtima kõikides EL riikides samaaegselt s.t. 28.mai?

Direktiivi (EL) 2019/2161 hakatakse kohaldama kõikjal ELis 28. mail 2022.

100. Kuidas säilitada 30 p hinda?

Seadusega ei ole reguleeritud, kuidas täpselt kaupleja peab varasema 30 päeva jooksul kuvatud madalaima hinna kuvamise infot säilitama. Kaupleja peab olema suuteline ära tõendada, et tema tegevus on kooskõlas seadusandlusega.

101. Kuidas seda kontrollima hakatakse ja millised dokumendid peaksid firmal esitada olema? Hinnamuutusi toimub praegu nii palju ja tihti, et raske on järke pidada.

TTJA pöördub kaupleja poole ja palub tõendada kaupleja poolt valitud tõendite abil, et tegutsetakse vastavuses seadusandlusega. Juhul, kui amet hindab, et kaupleja poolt esitatud tõendid ei ole piisavad, siis palutakse kauplejal esitada täiendavaid andmeid.

102. Kas amet võtab selge seisukoha ja ütleb välja, et kontrolltegevus algab alates juulikuu lõpust, mil esimesed 30 päeva on alates 28.05-st möödunud?

Alates 28.05.2022 tuleb kauplejatel võtta arvesse hinna alandamise teates varasema 30 päeva jooksul kehtinud madalaimat hinda.

103. Kas tarbija saab esitada kaebusi ainult reaalse ostu põhjal esitada või ka hinnakuvamise põhjal?

Probleemi korral tuleks tarbijal esmalt pöörduda kaupleja poole. TTJA-le saab esitada vihje seadusega vastuolus oleva teabe kohta ka üksnes hinnakuvamise põhjal ja vajadusel algatatakse järelevalvemenetlus. Tarbijavaidluste komisjoni poole saab tarbija pöörduda, kui tegemist on tarbija ja kaupleja vahelisest lepingust tuleneva nii riigisisese kui ka piiriülese tarbija algatatud tarbijavaidlusega, mille üheks osapooleks on kaupleja, kelle asutamiskoht on Eesti Vabariigis.

104. Kas saime praegu õigesti aru, et kui viimase 30 päeva madalaimat hinda toote juures ei näidata, kuid kui kassas peetakse tootehinna arvutamisel regulatsioonist kinni, siis ei ole ameti silmis probleemi?

Regulatsiooni mõte on selles, et tarbijale esitatakse tõene ja üheselt arusaadav info hinnaeelise saamise kohta. Seega tuleb kauplejal ka hinnateave vastavalt seadusandlusele ka kuvada. Hinnainfo peab olema korrektselt kuvatud ka kauba juures. TTJA eesmärk on, et ettevõtjad käituks seaduskuulekalt. Vajadusel selgitame ja nõustame, anname aja rikkumise kõrvaldamiseks ning enamik ettevõtjaid teebki asjad korda.