

Útmutató a kereskedők részére az akciós árcsökkentésre vonatkozó szabályok alkalmazásához

Az Európai Unió területén, így Magyarországon is 2022. május 28-tól egységes szabályok vonatkoznak az árcsökkentésre.

Az új szabályozás célja annak megakadályozása, hogy a kereskedők megtévesztő árcsökkentéseket alkalmazzanak azzal, hogy az akciók előtt megemeljék a korábbi árat és ezáltal megtévesztik a fogyasztókat az árengedmény mértékével kapcsolatban.

*A 93/13/EGK tanácsi irányelvnek, valamint a 98/6/EK, a 2005/29/EK és a 2011/83/EU európai parlamenti és tanácsi irányelvnek az uniós fogyasztóvédelmi szabályok hatékonyabb végrehajtása és korszerűsítése tekintetében történő módosításáról szóló, 2019. november 27-i (EU) 2019/2161 európai parlamenti és tanácsi irányelv érintett rendelkezései a termékek eladási ára és egységára, továbbá a szolgáltatások díja feltüntetésének részletes szabályairól szóló 4/2009. (I. 30.) NFGM-SZMM együttes rendelet (a továbbiakban: **Árrendelet**) 2/A. §-ában kerültek átültetésére.*

I. Árcsökkentés bejelentése a fogyasztók részére

Az új szabályok a termékek fogyasztók részére meghirdetett akciós árainak, leértékeléseinek és árkedvezményeinek kereskedelmi kommunikációjára, valamint az akciós árak feltüntetésére vonatkoznak mind a hagyományos, mind az online kereskedelemben.

A szabályok nem terjednek ki a szolgáltatásokra, a digitális tartalomra és a digitális szolgáltatásokra.

A vállalkozások az árakat továbbra is szabadon határozhatják meg, a szabályozás kizárólag az akciós árak, leértékelések fogyasztók felé történő kommunikációjára vonatkozik.

Az „árcsökkentés bejelentése” kifejezés az akcióról szóló kereskedelmi kommunikációt vagy az akciós ár feltüntetését jelenti a vásárlók felé, és nem a vállalkozásnak az akciós ár fogyasztóvédelmi hatóság felé való bejelentési kötelezettségét.

Az árcsökkentés bejelentésére vonatkozó szabályokat a vállalkozásnak az adott értékesítési helyen (webáruház, üzlet) minden esetben az akcióval érintett termék vonatkozásában kell teljesítenie.

Fontos, hogy az **Árrendeletben meghatározott általános árfeltüntetési szabályok az akciók esetében is irányadóak**, így a vállalkozásnak a fogyasztó által ténylegesen fizetendő bruttó akciós árat is egyértelműen, olvashatóan kell feltüntetnie.

1. A korábbi ár feltüntetése

Az Árrendelet 2/A. § (1) bekezdése szerint *az árcsökkentés bejelentése esetében meg kell jelölni a **korábbi**, a vállalkozás által az árcsökkentést megelőzően, meghatározott ideig alkalmazott árat.*

Minden akciós árcsökkentésnél, leértékelésnél tehát meg kell határozni és fel is kell tüntetni egy korábban alkalmazott árat (korábbi ár), amihez képest meghatározható az akciós új ár. Ez lehet például az áthúzott ár.

2. Korábbi ár meghatározása

Az Árendelet 2/A. § (2) bekezdése szerint *a korábbi ár a vállalkozás által egy olyan időszakban alkalmazott legalacsonyabb árat jelenti, amely nem lehet rövidebb, mint az árcsökkentés alkalmazását megelőző harminc nap.*

A korábbi ár megállapításának 30 napos időszaka biztosítja, hogy az akciós ár valós árcsökkentés legyen és ne csupán csökkentésnek tűnő, vonzó, de fogyasztókat megtévesztő marketingeszköz.

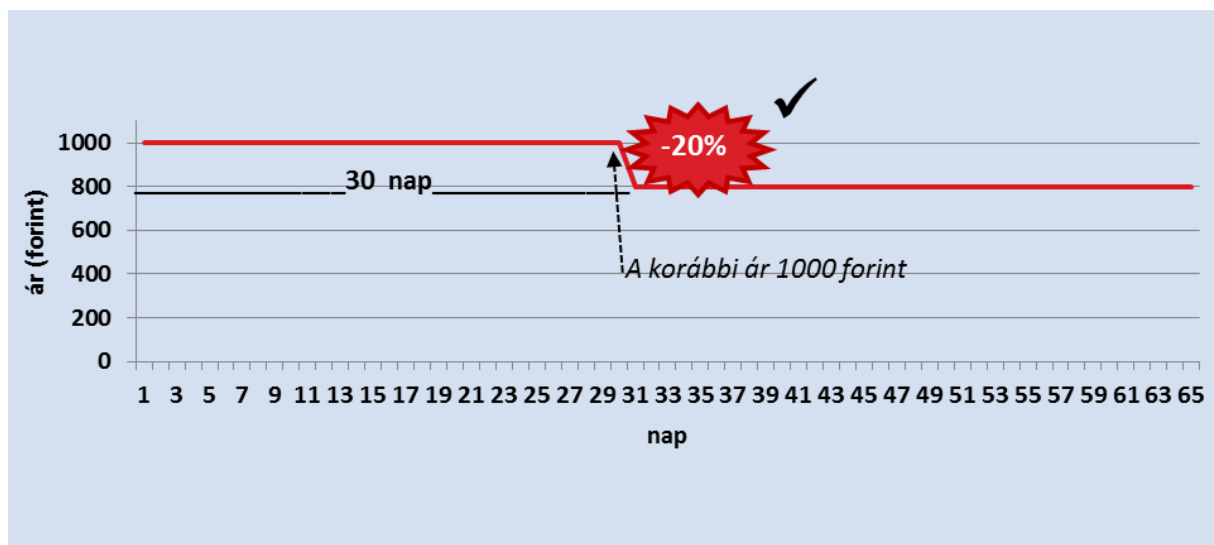
2.1. Általános szabályok

A korábbi ár az árcsökkenés alkalmazásának első napját – és nem az előzetes bejelentését - megelőző legalább 30 napon belül alkalmazott legalacsonyabb ár. A leértékelés napját megelőzően tehát meg kell nézni az előző 30 nap legalacsonyabb árát, ez az ár lesz a korábbi ár.

A korábbi ár megállapításánál az akár csak pár óráig alkalmazott árat is figyelembe kell venni.

Példák

- a.) Ha a megelőző 30 napban a termékre csak egyetlen árat alkalmazott az üzlet, akkor ez az ár lesz a korábbi ár, amihez képest meg kell határozni az akció mértékét. Ezt az egyszerű esetet mutatja be a következő ábra.

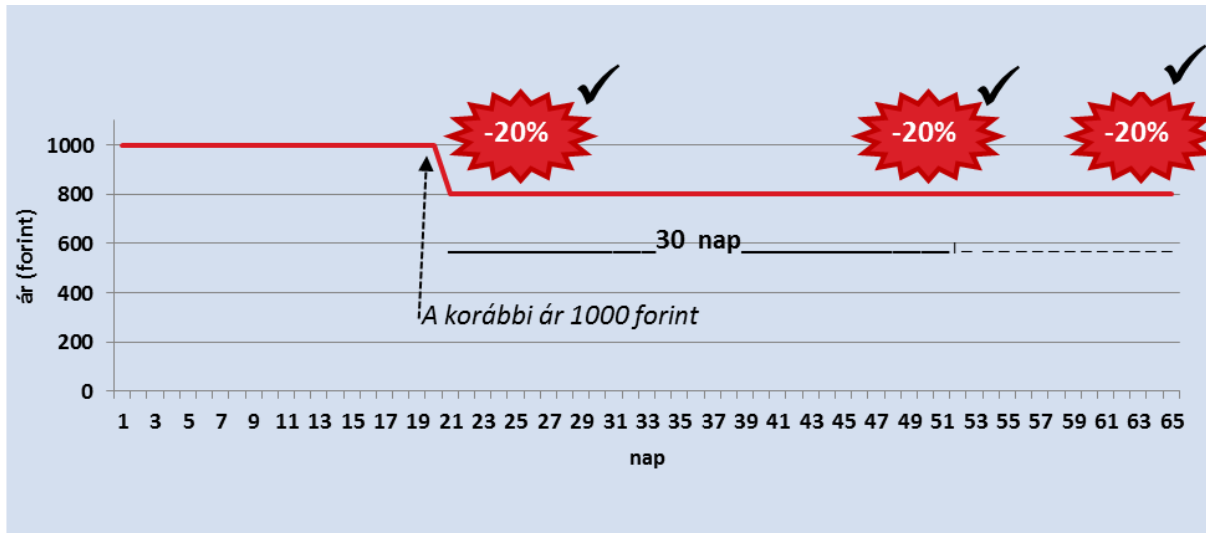


Mivel az akciózást megelőző 30 napban végig 1000 forint volt a termék ára, így ez volt a legalacsonyabb korábbi ár is, azaz az 1000 forinthez képest a 800 forintra csökkentett termék árkedvezménye 20%.

- b.) Ha az üzlet az adott termék leértékelését követően pár nap múlva ismét árat emel, majd újra az előző akció szintjére csökkenti az árát, és mindez 30 napon belül történik, úgy ezt a megismételt árcsökkentést már nem hívhatja akciónak, hiszen a megelőző 30 nap legalacsonyabb árához képest – amely az akciós ár – nem történt árcsökkenés. Ezt az esetet mutatja be a következő ábra:

csak 3,75%, mivel a 800 forinthez és nem az 1100 forinthez képest csökkent a termék ára 770 forintra.

- d.) **Ha az akció megszakítás nélkül 30 napnál tovább tart, akkor a kötelezően feltüntetendő korábbi ár nem változik, az akció tartama alatt ezt a korábbi árat használja a kereskedő.** Az akciós ár 30 napnál lehet hosszabb is, de ez **nem vezethet** a fogyasztók megtévesztéséhez, **az indokolatlanul hosszú, akár fél évig is elnyújtott „akciók” alkalmazásával, mert ez tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősül.** A 30 napnál hosszabb időszakra vonatkozó árcsökkentést mutatja be a következő ábra:



Ebben az esetben az árcsökkentést megelőző 30 napban alkalmazott legalacsonyabb ár 1000 forint volt. 800 forintra, azaz 20%-kal csökkent a termék ára. Az akciós időszak 30 napnál hosszabb. Ugyan a 31. naptól kezdve a megelőző 30 napban már akciós volt a termék, a kötelezően feltüntetendő korábbi ár nem változik, azaz a korábbi ár továbbra is 1000 forint és az akció mértéke továbbra is 20% és nem 0%.

A korábbi ár jogszabálynak megfelelő megállapítását **a fogyasztóvédelmi hatóság az ártörténet bekérésével ellenőrzi**, a korábban alkalmazott árairól a kereskedőnek hitelt érdemlően kell nyilatkoznia.

Árcsökkentés alkalmazásakor a „korábbi ár” helyett olyan megnevezést is feltüntethet a kereskedő, amelyből egyértelműen kitűnik, hogy az az árcsökkentés alkalmazását megelőző 30 nap során alkalmazott legalacsonyabb árat jelenti, például eredeti ár, előző ár, normál ár stb.

Minden akcióval érintett terméknek azon az értékesítési csatornán kell megfelelnie az új szabályoknak, ahol éppen árusítják, legyen ez akár hagyományos üzlet, akár webáruház. Tehát **akciós árcsökkentés esetén a termék korábbi árát az akciót meghirdető üzletben, webáruházban alkalmazott árak alapján kell meghatározni** akkor is, ha ugyanaz a vállalkozás több üzletben, több webáruházban is árusít.

2.2. Általános árcsökkentés bejelentése

Ha az árcsökkentést **általános módon**, például üzlet elé kitett táblával, szórólappal vagy online kommunikáció keretében bannerrel hirdetik meg, ezen a felületen a korábbi árat nem kell feltüntetni, elegendő csak a kedvezmény mértékét általánosságban.

Azonban ilyen esetekben is az akcióval érintett minden egyes termék korábbi árát és akciós árát fel kell tüntetni az értékesítési helyen, azaz az üzletekben árusított termékek árcímkein vagy az online bolti felületek ároldalain.

A 2022. május 28-tól érvényes szabályozás lehetővé teszi a kereskedők részére, hogy általános módon jelentsék be az árcsökkentést, például *„ma minden serpenyőt 20 %-kal olcsóbban árusítunk”*. Ebben az esetben azonban minden egyes serpenyő vonatkozásában fel kell tüntetni a korábbi árat, amelyhez képest az akciós ár 20%-kal olcsóbb minden egyes termék esetében.

Az olyan akciós kommunikáció esetében, mint például a *„különleges ajánlat”* vagy a *„fekete pénteki ajánlat”*, szintén fel kell tüntetni minden egyes akcióval érintett terméknel a 30 napos szabállyal kiszámolt korábbi árat az akciós ár mellett.

2.3. A személyre szabott és a bárki által igénybe vehető árcsökkentések

2.3.1. Személyre szabott akciók – pl. egyedi utalványok, törzsvásárlói egyedi kuponok

Nem vonatkoznak az új előírások a személyre szabott egyedi árendményekre, egyedi utalványokra, törzsvásárlói egyedi kuponokra, amelyeket jellemzően nem jelentenek be széles körben a fogyasztók részére árcsökkentésként, viszont egyes fogyasztók – pl. törzsvásárlói hűség esetén – egyedileg felhasználhatják az akciót bizonyos feltételek mellett. Az ilyen árcsökkentésre példa, amikor a fogyasztó az eladótól történő korábbi vásárlásai alapján vásárláskor 20 %-os utalványt kap, amely a hónap végéig érvényes a következő vásárlásra.

2.3.2. Bárki által igénybe vehető akciók – pl. kupon napok, akciós kódok

Az általános, bárki által hozzáférhető kedvezmények, akciók, kupon napok, akciós kódok azok, amikor a kereskedő, az üzlethelyiségbe vagy az online boltba látogató valamennyi fogyasztó számára hozzáférhetővé tesz kuponokat vagy árendmenykódokat. Például ha egy webáruház adott napon a *„Ma 20 % kedvezmény az XYZ kód használatával”* szlogennel hirdet nyilvános akciót, akkor ebben az esetben az érintett termékeknél ki kell írnia a korábbi árat és a kuponkód felhasználásával fizetendő akciós árat is.

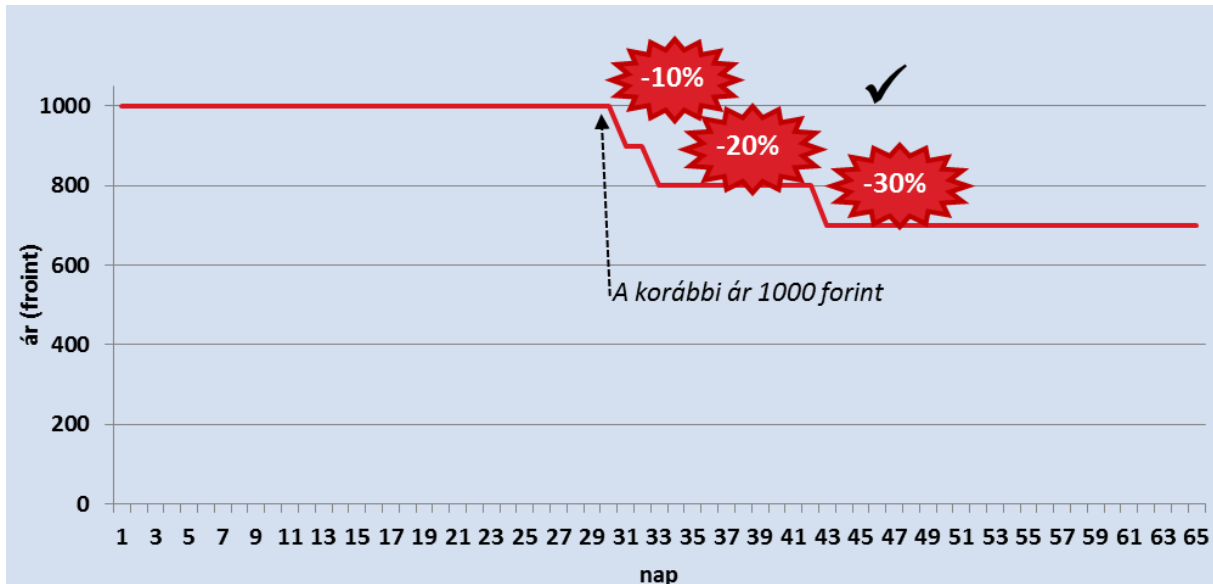
Ezekben az esetekben is **meg kell tehát felelnie a kereskedőnek az Árrendelet követelményeinek**, azaz meg kell állapítania az árcsökkentéssel érintett termék korábbi árát az elmúlt 30 napon nyilvánosan elérhető legalacsonyabb ár alapján, és fel kell tüntetnie a korábbi árat és az akciós árat is a kuponos akcióval érintett terméknel.

3. Fokozatos árcsökkentés

Az Árrendelet 2/A. § (3) bekezdése alapján, *ha az árcsökkentés mértéke fokozatosan növekszik, akkor a korábbi ár az árcsökkentés első alkalmazása előtti, az árcsökkentés nélküli ár.*

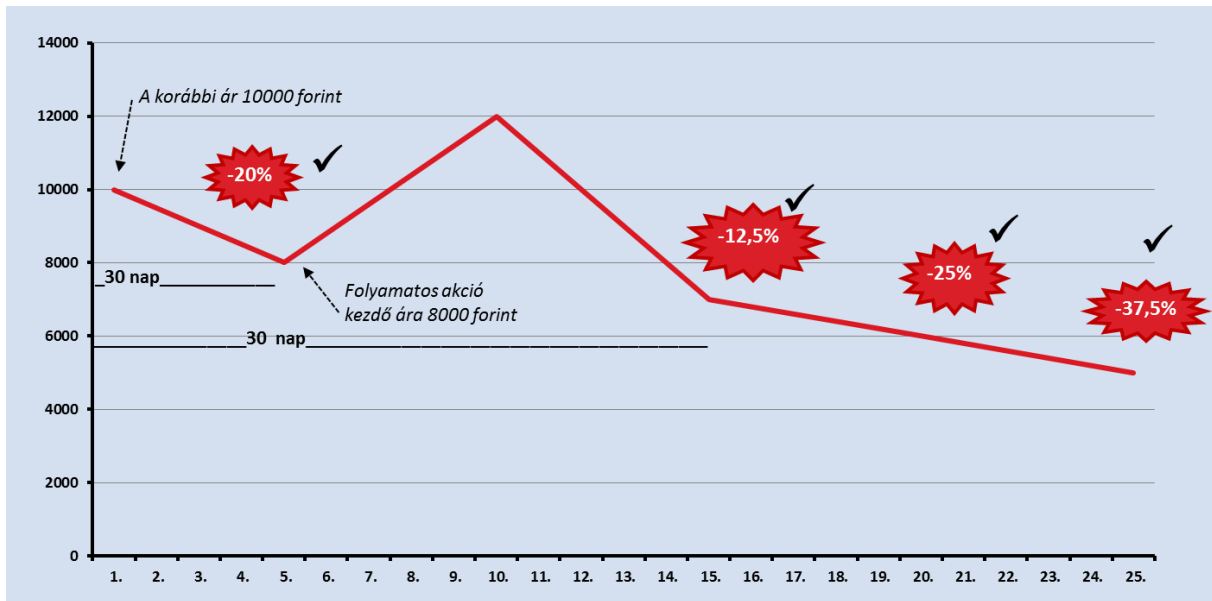
Példák

- a.) Ha az eladó az első árcsökkentéskor előzetesen a 30 napos szabály alkalmazásával már megállapította a korábbi árat, majd ezután a termék árát folyamatosan csökkenti, tehát nem kerül sor áremelésre az akció megkezdését követően, ebben az esetben fokozatos árcsökkentésről van szó. Ezt mutatja be a következő ábra.



Ebben a példában az első leértékeléskor az árcsökkentést megelőző legalacsonyabb ár 1000 forint volt, így az a korábbi ár. Az árcsökkentés mértéke első alkalommal 10%, mivel 900 forintra csökkent a termék ára. Pár nap múlva az újabb leértékeléskor a termék ára már 800 forint, így mivel folyamatos akciózásról van szó, az 1000 forintos korábbi árhoz képest kell feltüntetni az árcsökkentés mértékét, amely így a 800 forintos ár esetében 20%. Az ezt követő újabb, 700 forintra történő árcsökkentés esetén pedig már 30% az akciós kedvezmény mértéke, hiszen a folyamatos akciózás, azaz fokozatos árcsökkentés miatt továbbra is az 1000 forint a korábbi ár. Természetesen minden esetben a korábbi, 1000 forintos árat is fel kell tüntetni mint korábbi ár, az új, fizetendő akciós árral együtt.

- b.) Ha a folyamatos árcsökkentésre egy korábbi akciót követő áremelés után kerül sor, úgy a folyamatos árcsökkentés első alkalmazása előtti 30 nap legalacsonyabb ára lesz a korábbi ár és ehhez képest kell meghatározni a folyamatos árcsökkentés további lépéseit is, amelyet a következő ábra szemléltet:



Itt a termék legalacsonyabb ára a folyamatos árcsökkentéssel érintett értékesítési kampány kezdetét megelőző 30 napban 8000 Ft volt, amely egy korábbi akciós ár valójában. Az eladó egy 12000 Ft-ra történő áremelést követően 8000 Ft-ot tüntet fel korábbi árként, amikor alkalmazza az első, 7000 Ft-ra történő árcsökkentést. Ugyanezt a 8000 Ft-os korábbi árat kell feltüntetnie a következő, 6000 Ft-ra, majd később, az 5000 Ft-ra történő csökkentéskor is. Ha a folyamatos árcsökkentések közben azonban áremelésre kerülne sor, akkor az már nem minősülne *folyamatos* árcsökkentésnek.

Más a helyzet a 30 napos időszakban folytatott, egymást követő értékesítési kampányok esetében, pl. olyan promóciók esetében, mint „decemberben 20 % kedvezmény minden vasárnap” vagy az egymást követő „fekete péntek” vagy karácsonyi értékesítési kampányok novemberben, decemberben. Az ilyen egymást követő értékesítési kampányok esetében, amikor az akciós kampányok között az árat rövid időszakokra megemelik, az általános szabályt kell alkalmazni. Ebben az esetben tehát a korábbi árat a 30 napos szabály alapján kell meghatározni. A korábbi ár tehát minden egymást követő árcsökkentési kampány esetében legalább az elmúlt 30 nap során alkalmazott legalacsonyabb ár, ebbe beleértve a korábbi promóciók során alkalmazott csökkentett, akciós árat is.

Összegezve, **a fokozatos árcsökkentés csak akkor alkalmazható, ha az akciós árat fokozatosan, megszakítás nélkül csökkentik és a folyamatos árcsökkentés során egyszer sem növekszik az ár.**

4. Romlandó, minőségüket rövid ideig megőrző termékek

Az Árendelet 2/A. § (4) bekezdése alapján az (1)–(3) bekezdés **nem vonatkozik a romlandó vagy minőségüket rövid ideig megőrző termékekre.**

Magyarország élt azzal a szabályozási lehetőséggel a jogharmonizáció során, hogy az árcsökkentés bejelentésére vonatkozó szabályok ne vonatkozzanak a romlandó termékekre. A „romlandó vagy minőségüket rövid ideig megőrző” termékek meghatározásához szükséges objektív kritériumok teljesülését **eseti alapon kell értékelni**, ezek egyébként jellemzően az élelmiszereket érintik.

Az Árendeletben szereplő kivételi kör meghatározásához az élelmiszerek lejárat dátuma adhat irányutatást. Az élelmiszereken kétféle lejárat dátumjelöléssel találkozhatunk:

fogyaszthatósági idővel és minőségmegőrzési idővel. A *fogyaszthatósági idő* a romlékony termékek jelölésére szolgál, amelyeknél a lejárát után komoly egészségügyi kockázattal kell számolni. Az új akciós szabály alapján ezek a termékek tartoznak a kivételi körbe, **azaz nem kell feltüntetni korábbi árat az akciózásuk, leértékelésük során, vagy ha feltüntetésre kerül korábbi ár, akkor nem az akció napját megelőző 30 napon alkalmazott legalacsonyabb árat kell alkalmazni viszonyítási alapként.**

A kivételi körbe tartozó romlandó vagy minőségüket rövid ideig megőrző termékekről teljes körű lista nem lehetséges, de közéjük tartoznak különösen a friss élelmiszerek, a rövid lejáratú idejű italok, tökehúsok, kimért felvágottak, zöldségek, gyümölcsök, pékáruk, hűtőben tartandó tejtermékek, torták, továbbá a vágott virágok.

Ugyanakkor jellemzően azok az élelmiszer termékek, amelyeken a *minőségmegőrzési idő* van feltüntetve, az árcsökkentés bejelentése szempontjából nem tartoznak a kivételi körbe, ezekre **a termékekre az általános szabályok vonatkoznak, azaz fel kell tüntetni a korábbi árat és azt a 30 napos szabály szerint kell kiválasztani.** *Minőségmegőrzési idő* a hosszabb ideig eltartható élelmiszereken található és azt az időtartamot mutatja, ameddig elvárható a gyártó által garantált minőség, például íz, illat, színt vagy állag.

Teljes körű lista készítése erről a termékkörrel sem lehetséges, de ide tartozik például: étolaj, zsír, tejpor, chips, aszalványok, müzli, gabonapehely, fagyasztott termékek, keksz, csokoládé, üdítőital, gyümölcsle, szörp, majonéz, ketchup, mustár, UHT tej, UHT tejszín, rizs, száraztészta, hüvelyesek (pl.: borsó, bab, lencse), pudingpor, kakaó, fűszerek, liszt, búzadara, kuskusz, konzerv, ásványvíz, lekvár, méz, kávé, tea stb.

5. Újonnan bevezetett termékek

Az Árendelet 2/A. § (5) bekezdése alapján, ***ha a termék harminc napnál rövidebb ideje van forgalomban a (2) bekezdésben meghatározott időtartamhoz képest, a korábbi ár a vállalkozás által egy olyan időszakban alkalmazott legalacsonyabb árat jelenti, amely nem lehet rövidebb, mint az árcsökkentés alkalmazását megelőző tizenöt nap.***

Magyarország élt az eltérést engedő szabályozási lehetőséggel jogharmonizáció során az újonnan bevezetett termékek esetében is.

Az általános 30 napos szabálytól való eltéréssel, a piacra újonnan bevezetett termékek esetén **15 napon került meghatározásra** az az időszak, amit figyelembe kell venni a korábbi ár meghatározásánál. Ebből az következik, hogy **új termék esetén 15 napig nincs lehetőség akcióra, csak a bevezető ár használata lehetséges. Értelemszerűen ebben az esetben nincs korábbi ár.**

Az olyan termékek, amelyet egyes kereskedők az év egy bizonyos időszakában forgalmazznak, például tavasszal kerti szerszámok, nyáron strandcikk, egyéb szezonális ruházatok nem minősülnek a következő évben újonnan bevezetett termékeknek. Ezeket a termékeket úgy kell tekinteni, mint amelyek már forgalomban voltak, ha az eladó ugyanazon termékre vonatkozó ajánlatát egy megszakítási időszak után visszaállítja. Például ha a termékek ideiglenesen kikerültek a készletből, **vagy szezonális termékek, például téli vagy nyári ruhák esetében.** Ebben az esetben, mivel az ilyen **szezonális áruk nem tekinthetők újonnan bevezetettnek, rájuk az általános szabály alkalmazandó, tehát a megelőző 30 napon belül alkalmazott legalacsonyabb ár lesz az árcsökkentés szempontjából a korábbi ár.**

Az újonnan bevezetett termékekre vonatkozó speciális szabályt üzletenként, kereskedelmi egységenként szükséges nézni. Tehát például ha egy vállalkozás az egyik üzletében a korábbi

években már forgalmazta az adott terméket, de egy másik üzletében csak idén kezdi el annak forgalmazását, ez utóbbi esetben a 15 napos szabály alkalmazása szükséges.

II. Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok az akciózások során

Továbbra is a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (Fttv.) alapján kerülnek megítélésre azok a kereskedelmi gyakorlatok, amelyek megtévesztik a fogyasztókat az akciók, leértékelések területén. Ilyen például a túl hosszú akciós időszak, az akciós termék készlethiánya már az akció elején, vagy a fogyasztó által ténylegesen fizetendő eladási ár feltüntetésére vonatkozó félrevezető információ.

Az Árrendelet akciós ár meghatározására és feltüntetésére vonatkozó előírásai ugyan nem vonatkoznak a romlandó, minőségüket rövid ideig megőrző termékekre, azonban az Fttv. szabályai ezen termékek akciózása esetén is alkalmazandók.

Gyakorlati kérdések

1. Milyen módon lehetséges az új szabályok alapján a kereskedőnek az akciós árakat feltüntetni?

Az akciót és a korábbi árat többek között az alábbi módon tüntetheti fel a kereskedő és ez kizárólag az árfeltüntetési módszerekre vonatkozik, nem a számításukra:

- a kedvezmény százalékos feltüntetésével pl. „20 % kedvezmény”, vagy a kedvezmény konkrét összegének feltüntetésével, pl. „100 Ft kedvezmény”, de mivel ezek általános leértékelésekről szólnak, ilyen esetekben az akcióval érintett minden egyes termékre vonatkozóan a korábbi ár és akciós ár feltüntetésére is szükség van,
- új (alacsonyabb, akciós) ár és a korábbi (magasabb) ár feltüntetésével, ez utóbbi az Árrendelet 30 napos szabályának megfelelően számítva,
- a korábbi ár áthúzásával pl. „1000 Ft helyett most 500 Ft” vagy „500 Ft ~~1000 Ft~~”,
- bármely további promóciós technika alkalmazásával, mint például a „vásárolj ma áfa nélkül”, amely azt üzeni a fogyasztó számára, hogy az árengedmény megegyezik az áfa értékével (és nem azt jelenti, hogy áfát nem kell fizetni), de ebben az esetben is fel kell tüntetni az akcióval érintett termékek mellett a 30 napos szabállyal meghatározott korábbi árat és az akciós árat is,

2. Az akciónál a korábbi ár meghatározásánál az akció előtti legalább 30 napig alkalmazott legalacsonyabb árat értjük?

Nem. A korábbi ár meghatározásánál az akció előtti 30 napban és nem 30 napon keresztül folyamatosan alkalmazott legalacsonyabb árat értjük. Tehát a korábbi árat nem szükséges folyamatosan, 30 napig alkalmazni, ugyanis ha csak egy napig alkalmazták, de az az akciót megelőző 30 napban a legalacsonyabb ár ez volt, akkor ezt az árat kell korábbi árként figyelembe venni.

3. Ha egy üzletnek 2022. május 26-án indul reklám újságja, akkor az Árrendelet szerinti korábbi árat már a 2022. május 28-tól hatályba lépő szabályozásnak megfelelően kell-e megjeleníteni?

A 2022. május 26-án induló újság feltételezhetően a 2022. május 28-tól alkalmazott árakat is tartalmazza. Ettől a naptól, mivel az új akciós árfeltüntetési szabályok 2022. május 28-tól hatályosak, a 2022. május 28-tól elérhető, leértékeléssel érintett kereskedelmi kommunikációt fogja vizsgálni a fogyasztóvédelmi hatóság, beleértve az akciós újságokat is. Ezért a május 28-tól akciós termékek esetében az új szabályoknak megfelelően szükséges megjeleníteni a leértékelési kommunikációt a szórólapokon, akciós újságokban is, tehát a korábbi ár az akció kezdetét megelőző minimum 30 nap legalacsonyabb ára.

4. Amennyiben egy üzlet újságjában egyrészt áthúzott áras termék megjelenítés van, másrészt van olyan termék, amelyet egy kereskedelmi megállapodás alapján erre az időszakra érvényes egyszeri árral jelenítenek meg, tehát nem egy korábbi termék árához viszonyítják, akkor kell-e kommunikálni?

A termék ártörténetét csak akkor ellenőrzi a fogyasztóvédelmi hatóság, ha a leértékelés „bejelentésre kerül” a fogyasztók részére, azaz láthatóvá válik, hogy egy akciós terméket vásárolnak (pl. korábbi ár megjelenítése, %-os jelölés stb.). Amennyiben a termék ára

csökken bármilyen kereskedelmi okból, de erre nem hívja fel a kereskedő a fogyasztó figyelmét, pl. nincs korábbi ár, nincs %-os leértékelés kommunikáció, kizárólag egy ártájékoztató keretében jelzi a fogyasztók felé - akár a katalógusban is - az aktuális árat, akkor nem vonatkozik rá a leértékelési szabályozás.

5. Amennyiben helyettesítő termék van, akkor melyik termék korábbi árához kell viszonyítani, különösen akkor, ha a reklám újság megjelenése idejében még az eredeti termék beérkezésével számolt az üzlet és figyelemmel arra is, hogy a helyettesítő terméket az eredeti termék árán adják? Egy ellenőrzés esetén melyik termék ártörténete számít?

Minden esetben a valójában eladásra kínált termék ára az irányadó, tehát ami az üzletben, webáruházban eladásra szánt, amit a fogyasztók meg tudnak vásárolni a feltüntetett árért. A kérdésben hivatkozott „helyettesítő termék” 30 napon belüli legalacsonyabb árát kell feltüntetni, és ahhoz mérten kell az akciózás mértékét kommunikálni, ugyancsak a „helyettesítő termék” vonatkozásában, természetesen a bruttó vételár feltüntetésével egyidejűleg.

6. Online, offline, szupermarket ár esetében külön-külön kell kommunikálni a korábbi árat, amennyiben az eltért és ezt megfelelően kell feltüntetni?

Igen, külön-külön kell kommunikálni a korábbi árat, amennyiben az eltért az online és offline csatornán, és ezt megfelelően kell feltüntetni az újságban is. A fogyasztóvédelmi hatóság mindig az adott termék akciós árát, és a hozzá tartozó ártörténetet ellenőrzi, tehát külön a webáruházban, és külön az üzletben található akciós termékeket, helyszíni ellenőrzés és próbavásárlás keretében.

7. Ha olyan promóciót hirdetnek, amely szerint minden serpenyő 20 %-kal olcsóbb, akkor minden termékre kell korábbi árat kommunikálni?

Igen, minden egyes, az akcióval érintett termékre vonatkozóan kommunikálni kell a korábbi árat, azaz minden egyes serpenyőnél a 20%-os árcsökkenésnek külön-külön érvényesnek kell lennie. Így minden egyes serpenyő esetében meg kell nézni az akció kezdetét megelőző 30 nap legalacsonyabb árát, amely a korábbi ár lesz, és ehhez képest ténylegesen 20%-kal kell olcsóbbnak lennie az akciós árnak. Ezt megfelelő módon fel is kell tüntetni, pl. áthúzott árral, minden egyes serpenyő vonatkozásában.

8. Bevezető, kedvezményes árú terméknél, ahol nincs korábbi ár, még 15 napon belül sem, ezt a kedvezőbb, nem teljes árat kell kiinduló árnak tekinteni vagy az első teljes árat?

Ahol nincs korábbi ár, a „bevezető ár” minősül az első teljes árnak.

9. Az élelmiszerekre is alkalmazni kell az új akciós árfeltüntetési szabályokat?

Igen, kivéve a romlandó vagy minőségüket rövid ideig megőrző terméket (részletes válasz az útmutató I./4. pontjában).

10. Egy korábbi 30%-os leárazás esetében egy újabb akciónál 30 napon belül a jogszabály szerint az árengedménnyel csökkentett árat kellene régi árként feltüntetni. Előfordulhat, hogy ha az újabb árcsökkentés mértéke nem lépi túl a 30%-ot, nincs is érdemi lehetőség árcsökkentést feltüntetni?

Az akciózást megelőző 30 napos időszakban alkalmazott legalacsonyabb árhoz képest kell az akció mértékét kiszámítani. Ez azt jelenti, hogy ha a legalacsonyabb ár a megelőző 30 napban akár csak egy napig is volt érvényes, akkor ez lesz a korábbi ár és az akciós ár ennél csak alacsonyabb lehet. Ez alapján egy korábbi 30%-os leárazás esetében egy újabb akciónál 30 napon belül az árengedménnyel csökkentett (30%-os) árat kell korábbi árként feltüntetni, és ahhoz képest kell megjeleníteni az akció mértékét. Így ha az újabb árcsökkentés mértéke nem lépi túl a 30%-os korábbi csökkentett összeget, akkor nincs lehetőség árcsökkentést feltüntetni.

11. Vonatkoznak-e speciális szabályok a kuponnal történő értékesítésre? Ha egy kedvezményt csak kupon bemutatásával lehet érvényesíteni, akkor 30 nap elteltével mit kell a korábbi árnak tekinteni? A kupon nyújtotta kedvezménnyel csökkentett árat vagy a kupon nélkül alkalmazott teljes árat?

Főszabályként az üzlet polcain általánosan, mindenki számára elérhető ár az irányadó. Amennyiben a kuponos kedvezmény nem mindenkinek, csak a kuponnal rendelkező vásárlók (pl. törzsvásárlók) részére elérhető, akkor a kuponos napokon alkalmazott árat nem kell korábbi árnak tekinteni.

Amennyiben viszont az üzlet valamennyi fogyasztó számára hozzáférhetővé teszi a kuponokat vagy az árengedménykódokat (pl. bizonyos kupon napok), akkor a kereskedőnek meg kell felelnie az Árrendelet 2/A. § követelményeinek, azaz biztosítania kell, hogy valamennyi érintett termék „korábbi” ára az elmúlt 30 napban nyilvánosan elérhető legalacsonyabb ár legyen.

12. A franchise-rendszerben működő üzletben hogyan lehet akciós árat kommunikálni és alkalmazni?

Franchise-rendszerben működő üzletben előfordulhat, hogy azonos termék az egyes üzletekben különböző árakon kapható. Így egy országos, az egész üzlethálózatot érintő leértékelés esetén a korábbi ár meghatározása egy országos, vagy akár regionális akciós újságban nehézségekbe ütközik, sőt a gyakorlatban nem kivitelezhető az Árrendelet szabályainak alkalmazásával, hiszen a korábbi ár településenként, üzletenként eltér. Ilyenkor az adott üzletre vonatkozóan kell egyedileg meghatározni az akcióval érintett termék korábbi árát a leértékeléskor.

Tehát az Árrendelet hatályba lépése előtt alkalmazott akciós újságokat javasoljuk úgy átalakítani, hogy az egyes termékek ártájékoztatójáról szóljanak elsősorban és ne „akciót” kommunikáljanak. Elfogadható, ha a kiadványt például nem akciós szórólapnak hívják, hanem pl. „heti ajánlatnak”, ha nem utalnak az egyes oldalakon az „akció” „árcsökkentés”, „kedvezmény” szavakra és általában olyan szövegösszefüggésekre, képi szimbólumokra (pl. lefelé mutató nyíl vagy webáruháznál élénk színnel villogó ár kiírás), amelyek értelme vagy jelentése az árcsökkentéssel, leértékeléssel hozható összefüggésbe a vásárlók számára.

Elfogadható az a gyakorlat franchise hálózatok esetében, ha a vásárlói tájékoztató anyagoknak, újságoknak és szóróanyagoknak csak azokon az oldalakon lesz „akció” szót alkalmazó figyelemfelhívás, amely oldalakon a termékek a kivételi körbe tartoznak, azaz a gyorsan romló termékek esetében a fogyaszthatósági idővel ellátottak, mint például pékáru, zöldség, gyümölcs, friss tökehús, hal, baromfi, sajt szerepelnek. Ezen termékek egyedi hirdetésén – akár az üzletben vagy akciós újságban - is felírható az akciós ár kifejezés a

korábbi ár feltüntetése nélkül, vagy ha a korábbi ár feltüntetésre kerül, akkor nem az Árrendelet szerinti 30 napos szabályt alkalmazva.