

# Väike meespea allahindluste tegemiseks

Jõulude eel on näha, et mitmetes poodides on allahindlused. Allahindluste tegemisel on oluline silmas pidada reklaamiseadusest, tarbijakaitseseadusest ja kaubandustegevuse seadusest tulenevaid nõudeid. Neid teadmata võib allahindluste tegemisel kergesti eksida.

Toome siin ettevõttele ära lühikese meespea, mida tuleb silmas pidada allahindluste pakkumisel ja reklaamimisel.

- **Sõna “allahindlus”, “soodusmüük”** või muu sama tähendusega sõna võib seaduse järgi kasutada ainult juhul, kui teatud eeldused on täidetud. Selleks peab olema tegemist kaupleja poolt tavaliselt müüdava kaubaga, müük peab toimuma piiritletud ajavahemiku jooksul ning kauba hind peab olema tunduvalt madalam tavalisest hinnast.
- Pane tähele, et allahindluste reklaamimisel peab märkima ka **kuupäeva**, millal allahindlus lõpeb. Juhul, kui reklaamitakse allahindlust, mis veel alanud ei ole, tuleb reklaamis märkida ka allahindluste **alguskuupäev**.
- Lisaks sellele peab reklaam sisaldama infot allahinnatud **toodete kättesaadavuse** Näiteks, kas allahinnatud kaupa on võimalik osta kuni allahindluste lõppkuupäevani või kuni kaupa jätkub. Samuti peab reklaam sisaldama teavet mis tahes täiendavate eritingimuste kohta selle allahindluste puhul.
- Kui reklaamis on märgitud, et kaup on allahinnatud konkreetse ajavahemiku jooksul, siis peab see nii ka olema. Tarbijakaitseseaduse järgi loetakse seda **eksitavaks kauplemisvõtteks**, kui tarbijale öeldakse, et kaup on teatud hinnaga saadaval ainult kindla perioodi jooksul, kuid hiljem selgub, et see siiski nii ei ole. Näiteks: 17.12.2019 hakkab pood reklaamima, et teatud kehahooldustooted on 30% odavamad kuni 20.12.2019. Hiljem selgub, et ka pärast seda kuupäeva on nad 30% odavamad hinnaga. Selliselt mõjutatakse tarbijat ostmise üle kohe otsustama ning jäetakse ta ilma ajast, mis on vajalik teadliku valiku tegemiseks.