



NORRIQ PRISMARKEDSFØRINGSMODUL
Modul til håndtering af nye lovkrav pr. 01-03-2010

Indholdsfortegnelse

1.	Indledning.....	3
2.	Uddrag af ny lov pr. 1. marts 2010.....	4
3.	Løsningsbeskrivelse.....	7
3.1	Opsætning i LS Retail.....	7
3.1.1	Varekortet.....	7
3.1.2	LS Retail Setup.....	7
3.2	Kodemæssige tiltag.....	8
3.2.1	Design af fysisk tilbudslabel.....	8
3.2.2	Tilbudslabel tilknyttes alle varer.....	9
3.2.3	Opret automatik omkring logning af priser, udskrifter mm..	9
3.2.4	Mulighed for at se log, på baggrund af varekortet.....	9
4.	Økonomi.....	10
4.1	Tilretninger.....	10
4.2	Regneark til prisberegning:.....	10
5.	De nye retningslinjer for markedsføring (lovteksten).....	11

1. Indledning

Baggrunden for beskrivelsen af nærværende modul er, at staten har vedtaget nye regler omkring før og nu priser.

Butikker skal fremover være opmærksomme, hvis der ønskes skiltet med før-priser, spar kr., Nu-pris, tilbuds-pris eller lignende begreber.

Til dette formål, har NORRIQ lavet et modul, som netop kan håndtere disse begreber, og herunder de nye lovkrav. Både hvad angår funktionaliteten og dokumentationskravet hertil som lovgivningen stiller.

Modulets label-funktionalitet (hylde- og vare-prismærker) dækker for en stor dels vedkommende kravet til de nye regler.

I det følgende beskrives altså et tillæg til LS Retails label-modul, indeholdende muligheden for tilbuds-labels og dokumentation heraf.

2. Uddrag af ny lov pr. 1. marts 2010

De følgende afsnit er afsnit kopieret direkte fra den nye lovtekst. I kap. 5 er der linket til lovteksten fra forbrugerombudsmanden i den fulde længde.

3. Sammenligning mellem en normalpris og en nedsat pris må ikke være vildledende.

3.2. En prissammenligning anses ikke for at være vildledende, hvis den normalpris, der sammenlignes med, har været gældende i en længere periode umiddelbart forud for annonceringstidspunktet, jf. dog pkt. 10, og kravene til tilbudsperiodens varighed, jf. pkt. 4, er opfyldt.

3.3. En periode på mindst 6 sammenhængende uger anses for at være en længere periode, jf. dog pkt. 14.1 om dagligvarer og sæsonvarer.

3.4. Hvis prisen har varieret i den forudgående længere periode, må der kun sammenlignes med den laveste pris i perioden.

3.5. Den erhvervsdrivende kan lave kortvarige kampagner af op til 3 dages varighed, hvor der oplyses om en besparelse på samtlige varer, dele af varesortimentet eller en bestemt varekategori, selvom normalprisen for enkelte af varernes vedkommende ikke har været gældende i en længere periode. En sådan kampagne medfører ikke afbrydelse eller suspension af den længere periode.

4.1 Prisen må kun markedsføres som en nedsat pris i en kort periode, jf. dog pkt. 4.3.

4.2. En kort periode er en periode på op til 2 uger, jf. dog pkt. 14.2 om dagligvarer og sæsonvarer.

4.3. Prisen må markedsføres som en nedsat pris efter den korte periode, hvis den erhvervsdrivende både ved tilbudsperiodens begyndelse og ved gentagen markedsføring af tilbuddet oplyser om tilbudsperiodens varighed. Oplysningen skal fremstå tydeligt og i umiddelbar forbindelse med tilbuddet.

8. For så vidt angår "pakketilbud" eller "kombinationstilbud", hvorved forstås, at to eller flere enkeltstående produkter sælges samlet, og hvor der angives en samlet pris, kan denne totalpris kun sammenlignes med summen af priserne for de enkeltstående produkter, hvis disse har været solgt eller udbudt til salg hver for sig til de oplyste priser i en længere periode, jf. pkt. 3, umiddelbart forud for annonceringstidspunktet.

8.2. Et pakketilbud eller kombinationstilbud afbryder ikke den længere periode, jf. pkt. 3.

9. Ved markedsføring af en mængderabat, hvor besparelsesudsagnet refererer til normalprisen pr. enhed, skal denne normalpris være den pris, som den pågældende vare har været solgt eller udbudt til salg til i en længere periode, jf. pkt. 3, umiddelbart forud for annonceringstidspunktet.

9.2. En mængderabat afbryder ikke den længere periode, jf. pkt. 3.

9.3. Ved mængderabat forstås, at man opnår en prisbesparelse, hvis man køber flere stk. af den samme vare.

10. Den erhvervsdrivende må gerne lave prissammenligninger, selvom produktet ikke har været solgt eller udbudt til salg i en længere periode, jf. pkt. 3, umiddelbart forud for annonceringstidspunktet, hvis det klart fremgår, at der er tale om et åbnings salg eller et introduktionstilbud, og produktet umiddelbart efter introduktionstilbuddets ophør bliver solgt eller udbudt til salg i en længere periode til den angivne normalpris hos den pågældende erhvervsdrivende, eller det dokumenteres, at produktet umiddelbart forud for annonceringstidspunktet har været solgt eller udbudt til salg i en længere periode til den angivne normalpris i andre forretninger tilhørende samme kæde.

13. Frivillige kæder, blandede kapital- og frivillige kæder samt kapitalkæder, hvor der forekommer ikke ubetydelige variationer i priserne hos kædens enkelte forretninger, må ved sammenligning mellem en normalpris og en nedsat pris anvende et retvisende besparelsesudsagn, herunder et "besparelæsspænd" (fx "Spar 70-100 kr."), et "spar op til"-budskab eller et "spar mindst"-budskab.

13.2. Den normalpris, der sammenlignes med, skal have været gældende hos et repræsentativt udsnit af kædens medlemmer i hele landet, således at besparelsesudsagnet baserer sig på et relevant, retvisende og loyalt billede af prisforholdene i kæden.

13.3. Hvis kæden benytter et "spar op til"-budskab, skal forbrugerne i den overvejende andel af et repræsentativt udsnit af kædens butikker kunne opnå en besparelse, som ikke afviger betydeligt fra den angivne maksimale besparelse.

13.4. Hvis kæden sammenligner med en vejledende pris, skal den vejledende pris være den pris, som et repræsentativt udsnit af kædens medlemmer i hele landet har solgt eller udbudt produktet til salg til.

13.5. Pkt. 13.1 gælder for den generelle markedsføring af tilbuddet, fx i tilbudsaviser og tv, samt for "billboards" (store plakater, der hænges eller sættes uden for butikken), som udfærdiges af kæden. I tilknytning til varen i den enkelte butik skal det fremgå præcist, hvor meget forbrugeren sparer ved købet.

14.1 For så vidt angår dagligvarer og sæsonvarer, anses en længere periode, jf. pkt. 3, for at være en periode på mindst 4 sammenhængende uger.

14.2. Prisen må kun markedsføres som en nedsat pris i en kort periode, jf. pkt. 4. For dagligvarer og sæsonvarer er en kort periode en periode på op til 1 uge.

14.5. Ved sæsonvare forstås, at varen kun sælges i en meget begrænset periode i løbet af et år, og dette skyldes varens karakter og praktiske anvendelsesmulighed.

Ifølge markedsføringslovens § 3, stk. 3, skal udsagn om faktiske forhold kunne dokumenteres.

Det kan ikke kræves, at den erhvervsdrivende faktisk har solgt produktet til den angivne normalpris, men blot at produktet reelt har været udbudt til salg. Konkrete salg kan imidlertid tjene til dokumentation for normalprisen.

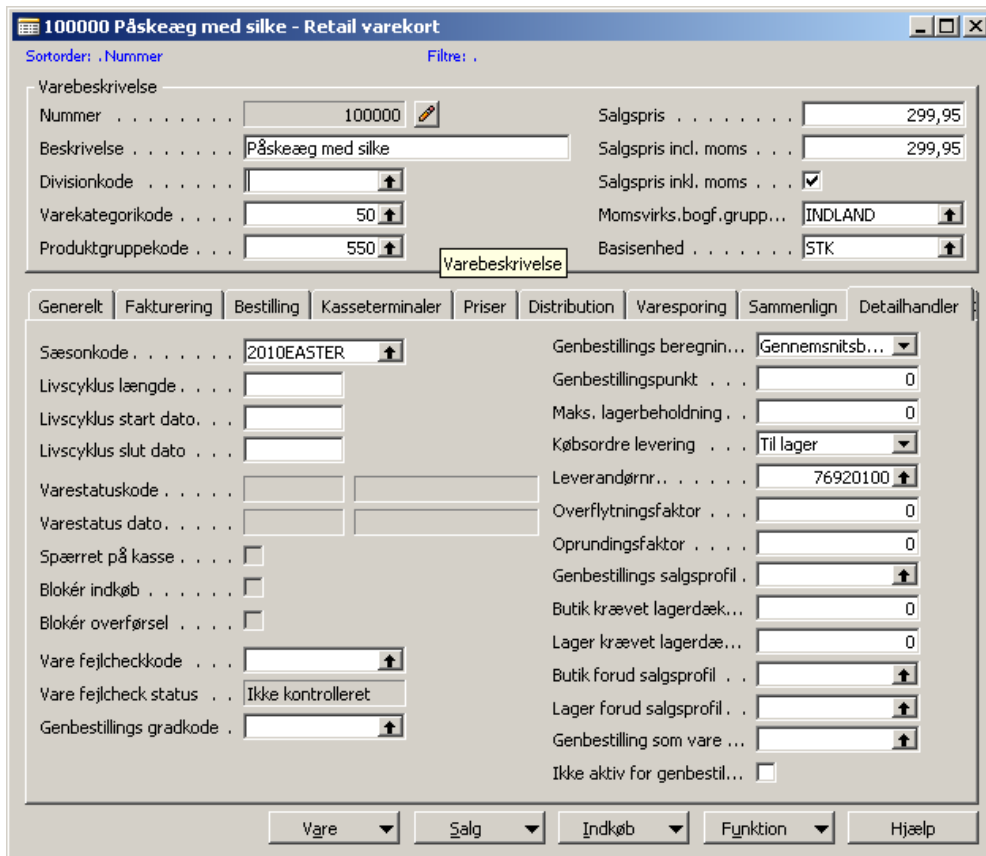
Ved udbudt til salg forstås, at produktet har været tilgængeligt for forbrugeren på en sådan måde, at forbrugeren har været sat i stand til at foretage et køb, og at forbrugeren har været bekendt med prisen. Det har i den forbindelse ikke betydning, om den erhvervsdrivende har varen på lager, eller om varen, efter at der er indgået en købsaftale, bliver leveret fra fx et centralt lager eller fra leverandørens lager (sidstnævnte er særligt relevant i forhold til internetbutikker). Hvis en vare fx alene har stået på et lager uden at være blevet markedsført, vil den derimod ikke anses for reelt at have været udbudt til salg.

3. Løsningsbeskrivelse

3.1 Opsætning i LS Retail

3.1.1 Varekortet

Feltet Sæsonkode skal udfyldes på varekortet, således der findes en klar skelnen mellem sæsonvarer og almindelige varer.



The screenshot shows the 'Varekort' (Product Card) for '100000 Påskeæg med silke'. The window title is '100000 Påskeæg med silke - Retail varekort'. The interface is divided into several sections:

- Varebeskrivelse (Product Description):**
 - Nummer: 100000
 - Beskrivelse: Påskeæg med silke
 - Divisionkode: []
 - Varekategorikode: 50
 - Produktgruppekode: 550
 - Salgspris: 299,95
 - Salgspris incl. moms: 299,95
 - Salgspris inkl. moms:
 - Momsvirks.bogf.grupp...: INDLAND
 - Basisenhed: STK
- Generelt (General):**
 - Sæsonkode: 2010EASTER
 - Livscyklus længde: []
 - Livscyklus start dato: []
 - Livscyklus slut dato: []
 - Varestatuskode: []
 - Varestatus dato: []
 - Spærret på kasse:
 - Blokér indkøb:
 - Blokér overførsel:
 - Vare fejlcheckkode: []
 - Vare fejlcheck status: Ikke kontrolleret
 - Genbestillings gradkode: []
- Genbestillings beregn... (Reorder Calculation):**
 - Genbestillingspunkt: 0
 - Maks. lagerbeholdning: 0
 - Købsordre levering: Til lager
 - Leverandørnr.: 76920100
 - Overflytningsfaktor: 0
 - Oprundingsfaktor: 0
 - Genbestillings salgsprofil: []
 - Butik krævet lagerdæk...: 0
 - Lager krævet lagerdæ...: 0
 - Butik forud salgsprofil: []
 - Lager forud salgsprofil: []
 - Genbestilling som vare ...: []
 - Ikke aktiv for genbestil...:

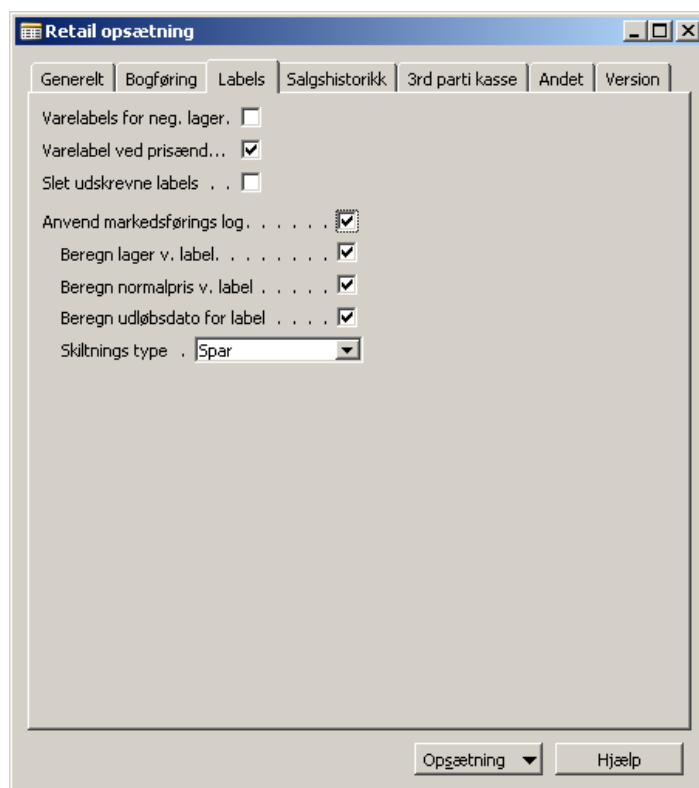
At the bottom, there are buttons for 'Vare', 'Salg', 'Indkøb', 'Funktion', and 'Hjælp'.

3.1.2 LS Retail Setup

Under generel retail setup, er der tilføjet en række felter, til understøttelse af de nye lovkrav.

- Anvend Markedsførings log, aktiverer funktionaliteten generelt
- Beregn lager v. label, beregner butikkens lager af varen, på det tidspunkt, hvor tilbuds-label fysisk udskrives, således at det kan dokumenteres at varen fandtes i butikken/på lageret (Stk. 10).

- Beregn normalpris (før-pris) ved tilbuds-label, finder den normalpris som varen har været udbudt til de seneste 6 uger, såfremt det er en normal vare. Er der tale om en sæsonvare, er perioden bagud 4 uger. Kan der ikke findes en før-pris, kan der ikke dannes en tilbudslabel på varen.
- Beregn udløbsdato for tilbuds-label, sætter udløbsdatoen for label til dags dato + 2 uger (normal vare), og dags dato + 1 uge ved sæsonvarer. Endvidere dannes automatisk normale labels til udskrift om hhv. 1 og 2 uger, med normalprisen.
- Skiltningstypen opsættes til enten "Spar" eller "Før og nu" priser på tilbudslabel



3.2 Kodemæssige tiltag

3.2.1 Design af fysisk tilbudslabel

Der følger med modulet en standard tilbudslabel. Afhængig af valget under skiltningstype, vises besparelsen på label, eller før og nu priserne.

- Label er udfærdiget i størrelsen 80 * 25 mm.
- Label understøtter udskrift af strejkode i EAN13-format.

Eksisterende label-layout i butikken, kan selvfølgelig overføres til den nye tilbuds-label, med afregning efter medgået tid, ligesom der kan udarbejdes en helt individuel tilbudslabel til butikken efter aftale.

3.2.2 Tilbudslabel tilknyttes alle varer

Der medfølger en kørsel (rapport) til løsningen, som tilknytter den nye tilbudslabel til alle eksisterende varer. Fremadrettet skal butikken være opmærksom på, at få label tilknyttet nye varer.

3.2.3 Opret automatik omkring logning af priser, udskrifter mm..

Der udarbejdes en codeunit, som indeholder den ønskede lognings-funktionalitet, jf. den opsætning som er valgt under retail opsætningen.

Når tilbuds-label udskrives enten på baggrund af hyldelabels eller varelabels, skal funktionaliteten i codeunit aktiveres, således at logning aktiveres ved fysisk udskrift, ikke ved "Vis udskrift".

3.2.4 Mulighed for at se log, på baggrund af varekortet

Fra LS Retails varekort, indsættes en ny funktionalitet, som præsenterer en form, hvori pris- og label-log vises, med udgangspunkt i den valgte vare. Det er således med udgangspunkt i denne form, at selve dokumentationen for varens prismæssige liv kan fremlægges for myndighederne.

Endvidere vil der i dette billede være mulighed for, at udskrive hele eller dele af loggen.

4. Økonomi

4.1 Tilretninger

Eventuelle tilretninger, der ikke er beskrevet i dette skriv, afregnes separat.

Alle priser er eks. moms.

Pkt.	Beskrivelse	Pris DKK
4.1.2	Nye felter tilføjes under Retail Setup	2000,-
4.2.1	Design af standard tilbudslabel	5000,-
4.2.2	Rapport til at tilknytte tilbudslabel til alle varer	1000,-
4.2.3	Codeunit til automatisk logning	5500,-
4.2.4	Form + rapport til dokumentation af log	1500,-
Andet	Evt. tilretning af label til individuelle ønsker	Efter forbrugt tid
	Installation, opsætning og undervisning.	Efter forbrugt tid
I alt		15.000,-

4.2 Regneark til prisberegning:

Antal:	Beskrivelse:	Fratrukket mængderabat %	Stk. Pris DKK Ekskl. moms.	Total Pris DKK Ekskl. moms.
1	NORRIQ Prismarkedsføring Basis modul.	0	15.000,00	15.000,00
	MÆNGDERABATGRUPPE:			
0	NORRIQ Prismarkedsføring modul - 1-9 butikker	0	500,00	0,00
0	NORRIQ Prismarkedsføring modul - 10-24 butikker	10	450,00	0,00
0	NORRIQ Prismarkedsføring modul - 25-49 butikker	20	400,00	0,00
0	NORRIQ Prismarkedsføring modul - 50-99 butikker	30	350,00	0,00
145	NORRIQ Prismarkedsføring modul - 100-249 butikker	40	300,00	43.500,00
0	NORRIQ Prismarkedsføring modul - > 250 butikker	50	250,00	0,00
	Pris i alt DKK ekskl. moms.:			58.500,00

5. De nye retningslinjer for markedsføring (lovteksten)

Hele lovteksten kan læses hos forbrugerombudsmanden på nedenstående link:

http://www.forbrugerombudsmanden.dk/Love-og-regulering/Retningslinjer-og-vejledninger/Markedsfoeringsloven/~/_media/Forbrugerombudsmanden/loveregler/retningslinjer/Prismarkedsfoering010310.ashx