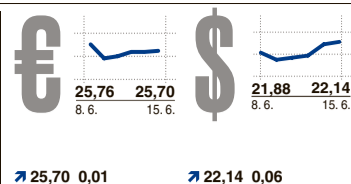


Ekonomika



PALIVA

	včera	před týd.
Benzin	33,43	33,43
Nafta	32,57	32,58

BURZY

	index	změna%
Nikkei 225	22 851,75	0,50
Hang Seng	30 309,49	-0,43
FTSE 100	7 633,91	-1,70
DAX	13 010,55	-0,74
CAC 40	5 501,88	-0,48
WIG 20	2 203,01	-1,58

Oprátka upletená ze slev

Promoční akce **snížují zisky výrobcům**. Vymanit se ze stahující se smyčky ale není snadné

Martina Patočková
redaktorka
MF DNES



Kofola má za sebou perný rok a půl. Zisky a prodej její dvojitrové lahve připomínaly jízdu na horské dráze. Nejprve sešup, pak několik zákrut a v posledních šesti měsících cesta vzhůru.

To vše vyplývá z grafu, který tento týden ukázal na konferenci Retail in Detail šéf promoční strategie v Kofole Ondřej Žák. Ilustroval tím, jak vypadá slevová past. Do té spadli i jiní, ale jen málokdo má odvahu se tím „pochlubit“ veřejně.

Slevy v rámci promočních akcí jsou mezi výrobci a obchodníky velké téma. Už dvacet let, jak s hořkým úsměvem říká. Zatímco zákazník má téměř jistotu, že v prodejně najde pokazdve ve slevě nějaké pivo, rum, jogurt či kávu, pro výrobce i obchodce to znamená ztrátu části zisku. Zatímco před deseti lety se zboží prodané se slevou podílelo na celkových tržbách ze třiceti procent, loni už to bylo 55 procent.

„Promo akce jsou droga a dnes jsme na srazu dealerů,“ uvedl na zmíněné konferenci Tomáš Formánek, marketingový šéf společnosti Logio. Ta firmám radí, kde jim cestou od nákupu po prodej utíkají peníze. A nemusí to skončit dobře, jak vyplývá z příběhu Kofoly.

Tuzemský výrobce limonád prošel všemi možnými negativními důsledky, které mohou z přílišných slev vzniknout. Na začátku v létě roku 2016 byla běžná cena dvojitrové limonády většinou 29,90 koruny, akční se pohybovala mezi 17 a 20 korunami. Pak ale přišel obchodní řetězec Lidl s tím, že přestane černou limonádu promovat a běžná cena se bude rovnat akční ceně, v případě Kofoly 19,90 koruny. To znamená, že nižší bude už základní cena, ale žádné slevy z ní.

Mělo se to vyplatit jak výrobcem, tak zákazníkovi. Lidl a další řetězce podobně postupují i v Německu. „Řekli jsme, proč ne, ale možná jsme to maličko podcenili,“ říká

dnes Ondřej Žák. Došlo totiž na takzvaný efekt motýlích křídel. „Lidl nám mávl křídly a celý svět se změnil,“ vypráví poeticky.

Co se dělo dál, už pro Kofolu poetické nebylo ani trochu. Dříve akční cenu 19,90 koruny totiž vzali za standardní ostatní obchodníci a použili ji jako východisko pro další slevy. Dvojitrovka stála náhle v akci 12,90 Kč.

„Nejde jen o nízoučku cenu, ale úplně se nám rozsypano portfolio,“ upozorňuje Žák. „Rozsypaním portfolia“ myslí to, že dvojitrovka stála v akci méně než všechna ostatní balení, někdy i dost výrazně. Půllitru točené Kofoly vyšel třeba na 30 korun a zákazníci byli zmateni.

Jediné, co mohli v Kofole dělat, bylo chodit stále znova vyjednávat, vysvětlovat a snažit se ceny vrátit zpět.

Trvalo to skoro celý rok. „Propad v prodejnách, který nás potkal, odpovídá třem stům kamionům plným Kofoly. A ty když se postaví za sebe, je z toho čtyřkilometrová kolona,“ přirovnává Ondřej Žák.

Pomalá cesta z pekla

Promoční akce jsou zrádné. Výrobci prudce zvyšují objem prodeje, a to o 50 až 400 procent v závislosti na tom, jak jsou načasované, zda je zboží dobře vystavené a včas dodávané do prodeje.

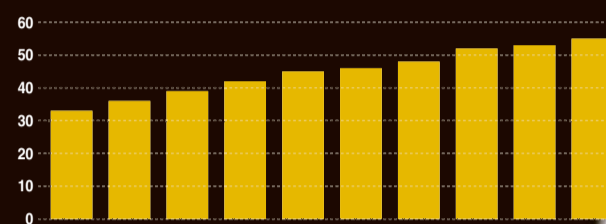
Na druhou stranu slevy způsobují výkyvy ve výrobě a ničí věrnost značek. „Z našich celosvětových průzkumů vyplývá, že 72 procent promoací se nevyplatí,“ říká Michal Čepka za společnost Nielsen zabývající se průzkumy trhu. Jde nejen o to, o co přicházejí výrobci na marži, ale také na nákladech na letáky, vystavení zboží či logistiku.

Česko patří v podílu zboží prodaného ve slevách v Evropě k šampionům. Číslo navíc trvale roste nehledě na to, že se ekonomice daří a mzdy rostou. Podle Čepky se jen ve 32 z 230 potravinových kategorií za posledních pět let snížil podíl zboží prodaného se slevou na celkových tržbách.

„Jsou to většinou potraviny, co už nejsou trendy, jako mražené hra-

Češi a slevy

Podíl promočních akcí na celkových tržbách (v %)

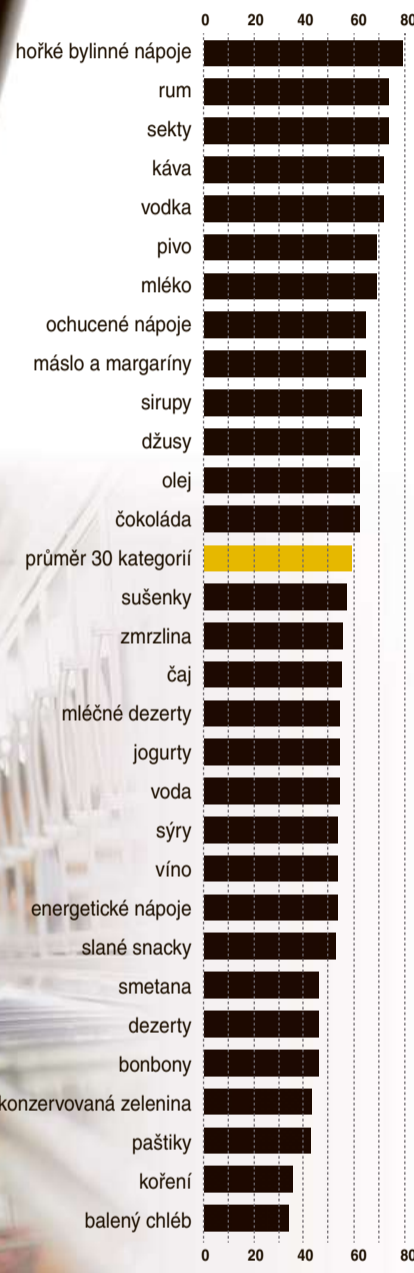


Co je pro zákazníky nejdůležitější

1. Zákaznická zkušenost
2. Ceny
3. Pohodlí
4. Kvalita
5. Šíře sortimentu

Potraviny, které se nejvíce prodávají se slevou

(30 kategorií, které mají největší podíly slevových akcí na tržbách, v %)



Černý pronájem může být i trestným činem

Ušetřit na daních a vyhnout se zákonným povinnostem pronájematele. Ale také neznanost. To jsou důvody, proč se některé byty pronajímají bez smlouvy a z pronájmu se neplatí daně.

Miluše Janotová
spolupracovnice redakce

V Česku je kolem pěti milionů bytů, vyplývá z posledního sčítání lidí Českého statistického úřadu. Z toho se zhruba pětina pronajímá. Přiznané příjmy z pronájmu jen v roce 2016 podle posledních údajů Finanční správy dosáhly 34 miliard korun.

Někdy se byty ovšem pronajímají načerno. Podle Aleše Rody, ředitele pro výzkum Centra ekonomických a tržních analýz, se v Česku neoficiálně pronajímá zhruba 80 tisíc bytů. „Nepřiznávání daní z příjmů z pronájmu není masově, objevuje se zpravidla jen u menších pronájemců, kteří mají jednu, maximálně dvě nemovitosti na proná-

jem,“ míní Daniel Kotula z realitní kanceláře RE/MAX City. I tak ale stát takto přichází ročně na daních o 138 milionů korun, odhaduje Rod.

Hlavní motivací vlastníků nemovitostí, kteří pronájem nepřiznají, je ušetřit na daních, případně vyhnout se zákonným povinnostem, které jim jakožto pronájemci ukládá legislativa. Při černém pronájmu totiž nejsou vázáni písemnou nájemní smlouvou. Nový občanský zákoník je přitom na pronájematele docela přísný.

Zároveň jsou to ale oni a nikoli nájemci, kdo se takovým obchodem vystavuje většímu riziku. Kromě toho, že se člověk pronajímající byt načerno vystavuje hrozbě postihu od berníku, může mít také problém při vymáhání peněz za případně rozbité věci nebo problémy s vystěhováním případného neplatce.

Nájemníky, kteří se do bytu bez smlouvy nastěhují, zase láká nižší cena nebo možnost rychlé výpovědi. I to se ale může obrátit proti nim - pronájemci se může vystěhovat ze dne na den a nájemci se ničeho nedomohou.

Berník prověřuje internetové neřizené

Nepřiznané pronájmy existují jak na trhu dlouhodobých pronájmů, tak na trhu krátkodobých proná-

jmů a ubytovacích služeb. „Suma daní z nepřiznaných dlouhodobých pronájmů ale v součtu několikrát převyšuje ty krátkodobé, navíc odhalit dlouhodobý čer-

V Česku se neoficiálně pronajímá zhruba 80 tisíc bytů. Stát tímto pronájmem načerno přichází až o 138 milionů korun ročně.

ný pronájem je mnohem složitější,“ konstatuje Matěj Koutný, obchodní ředitel společnosti Blahobyty.cz, která spravuje krátkodobé pronájmy a ubytovací služby přes internetové platformy.

„V případě krátkodobých pronájmů a ubytovacích služeb, inzerovaných celoročně na internetových portálech, má bytovatel svůj osobní profil ověřený přes občanský průkaz. Pro finanční správu je tedy snazší potenciálního neplatce daní najít, zkontrolovat a daň vyměřit, a to i za

několik let zpětně,“ říká Koutný.

„Fenoménem poslední doby je, i mezi drobnými investory, nákup bytů či domů jako jeden z investičních nástrojů. Tyto nemovitosti pak slouží často právě k pronájmu, který je často realizován přes elektronické platformy. Finanční správa právě tímto směrem zaměřuje své kontrolní aktivity,“ potvrzuje Lukáš Heřtus z Generálního finančního ředitelství.

Kromě prověřování internetových inzerentů Finanční správa vyhledává potenciální neplatce také s využitím údajů od Českého úřadu zeměměřického a katastrálního. Nebo dostane udání třeba od sousedů.

Dlouhodobí pronájemci, jejichž nabídka pronájmu nikde nevysela ve spojení s jejich identitou, to mají z pohledu nepřiznání daní jednodušší. „Celková suma nepřiznaných výnosů z dlouhodobých pronájmů je významnější než v případě krátkodobých pronájmů, respektive ubytovacích služeb, a to kvůli mnohonásobně vyššímu počtu nemovitých věcí pronajímáných dlouhodobě,“ míní Koutný.

Pokuta i úrok z prodlení

Člověku, který peníze z pronájmu v daňovém přiznání neuvede, hrozí zejména pokuta za nepodání daňového přiznání a dále úrok z prodlení, pokud vznikla povinnost

uhradit daň. Případně penále, pokud finanční úřad s odstupem času na černý pronájem přijde. „V krajním případě může pronájemce takovým jednáním spáchat trestný čin krácení daní,“ upozorňuje právník spotřebitelské organizace dTest Lukáš Zelený.

Daň může finanční úřad doměřit tři roky od běžného termínu pro podání daňového přiznání. „Tedy aktuálně může finanční úřad doměřit nepřiznanou daň z příjmů z pronájmů obdržčených v roce 2015,“ upřesňuje Jan Mašek, daňový poradce z firmy Kodap.

Daň z pronájmu přitom nemusí být nijak vysoká. Daňový základ lze totiž snížit o náklady, jako jsou odpisy nemovitosti, úroky z hypotéky, opravy, zhodnocení nemovitosti, paušál na auto, náklady na daňového poradce či daň z nemovitosti. Nebo je možné výdaje uplatnit paušálem ve výši 30 procent příjmů.

Pronájem bez smlouvy

Od roku 2014, kdy vešel v platnost nový občanský zákoník, je možné si byt pronajmout i bez písemné smlouvy. Z chování nájemce a pronájemce ale musí být jasné, že s nájmem souhlasí. „V praxi to znamená, že nájemce platí pronájemci nájemné a pronájemce nebrání nájemci v užívání bytu,“ vysvět-

ňuje Zelený. V takovém případě nájemcem doporučuje platit nájem bezhotovostně na účet pronájemce, aby měli důkaz, že ho uhradili.

Ovšem trestem pro nájemce i pro pronájemce je v případě ústní dohody nejistota ohledně vzájemných práv a povinností. V písemné smlouvě může pronájemce stanovit, že nájem bude trvat po určitou dobu. Nájemce si tak může „vyzkoušet“ a po uplynutí sjednané doby ho případně vyzvat, aby byt vyklidil. U ústní dohody nebude možné dobu nájmu dokázat, takže platí, že nájem se uzavírá na dobu neurčitou.

„Ale cesta ze slevové pasti existuje. Je to kombinace relativně jednoduchých a rychlých opatření s dlouhodobějšími, chytrými tahy. Tedy okamžitě přestat dělat houpavé chyby, často dané nepochopením zákaznicka a nejasněním si, proč konkrétní slevu vlastně dávám,“ uvádí Tomáš Krásný, partner agentury Blue Events, která zmíněnou konferenci pořádala.

Odhodlanými pomalými krůčky postupují třeba v Nestlé. „Jedna z možností je přesunout prodej z akčního do inovačního,“ zmiňuje šéf prodeje v čokoládárnách Jiří Ritter. V Nestlé uvedli na trh novinku Margot „čtyřprstovou“, kterou v obchodech prodávají jen u pokladen a speciálně vystavenou a bez slev. Stejně to dělají třeba s Hašlerkami v krabičkách, s nimiž rovněž cílí na takzvaný impulzivní nákup. Zkrátka aby si je zákazník bez většího přemýšlení přihodil před placením do košíku.

Obavy o budoucnost zatím výrobce neopouští, chování řetězců však naznačuje změnu k lepšímu. Zmíněný Lidl se snaží praktikovat strategii dlouhodobě nízkých cen, což mu jde relativně snadno, protože většinu na pultech zabírají jeho vlastní značky - od Pilosu po Free-way Colu. Slevy Lidlu nejsou příliš rozsáhlé, pár značkových výrobků a potom hlavně oblečení a nepotravinářské zboží. Mimo potravinářské řetězce využívá tutéž strategii Hornbach či dm drogerie.

Z velkých sítí se v poslední době podle hlasů z trhu snaží o změnu trendu Kaufland či Makro. Kaufland přestal dělat masivní promoční akce, i v letáku se snaží upozorňovat hlavně na své masné a uzenářské výrobky, čerstvé zboží. Makro zase zjišťuje analýzou dat, které akce nedělá, protože jsou neefektivní.

Fakta

Co se dá pořídít za 138 milionů

- 5 112 operací tlustého střeva
- 6 000 porodů
- 0,4 km dálnice (kilometr dálnice v úseku Opatovice–Časy je cca 368 milionů Kč)
- 138 operací srdce
- Náklady pro 350 dětí ubytovaných v dětském domově (dětský domov má náklad 394 000 Kč na dítě ročně)

Zdroj: Centrum ekonomických a tržních analýz

luje Zelený. V takovém případě nájemcem doporučuje platit nájem bezhotovostně na účet pronájemce, aby měli důkaz, že ho uhradili.

Ovšem trestem pro nájemce i pro pronájemce je v případě ústní dohody nejistota ohledně vzájemných práv a povinností. V písemné smlouvě může pronájemce stanovit, že nájem bude trvat po určitou dobu. Nájemce si tak může „vyzkoušet“ a po uplynutí sjednané doby ho případně vyzvat, aby byt vyklidil. U ústní dohody nebude možné dobu nájmu dokázat, takže platí, že nájem se uzavírá na dobu neurčitou.