

**PÄHKINÄ:**

Harhautetaanko kuluttajaa kampanjapakkausten myymisellä lähestulkoon läpi vuoden?

Apteekeissa on nykyisin runsaasti myynnissä erilaisia kampanjapakkauskauksia ravintolisävalmisteista, esim. vitamiinitabletteja 200 + 30. Näitä on käytännössä saatavilla samasta valmisteesta läpi vuoden, sillä seuraava kylkiäiskampanja alkaa hyvin pian edellisen loppumisesta ja apteekki- en varastot riittävät yleensä tämän väliajan ajaksi. Eikö kampanjapakkausten myynti pitäisi rajata tiettyyn aikaan ja eikö tämän ajan pitäisi olla melko lyhyt koko vuoteen nähden? Muutoinhan kyseessä on vakiintunut myyntipakkaus ja pysyvästi alennettu hinta.

Kun näitä kampanjoita on menossa runsaasti koko ajan, antaa se mielestäni apteekkeista ”halpa-halli-imagon”. Tilanteessa häviävät ne firmat, jotka pelaavat reilua peliä ja joiden kampanjoita on hyvin lyhyen aikaa koko vuoteen nähden. Eikö kyse ole kuluttajien harhauttamisesta, jos koko ajan myydään kampanjoita ja kylkiäisiä samasta tuotteesta/tuotteista? Olisiko mahdollista laatia eettisiä ohjeita yrityksille kampanjoiden pituudesta ja suhteesta koko vuoteen?

Kysymyksen lähettänyt proviisori miettii kylkiäiskampanjoiden yhteydessä alan imagoa, kuluttajansuojaa ja apteekkien eettisiä ohjeita. Tämän kaltainen pohdiskelu on arvokasta ammattikunnan sisäisenä keskustelunherättäjänä. Apteekkien vapaakaupan tuotteiden valikoiman ja esillepanon kysymysten äärelle on hyvä pysähtyä aika ajoin. Apteekkikäynnillä apteekista ulospäin syntyvä mielikuva luo käsitystä apteekista ja sen roolista niin kuluttajille kuin sidosryhmillekin. Apteekin sisältä käsin ei ulospäin syntyvää mielikuvaa välttämättä havaitse herkästi, varsinkin, jos apteekin ilme muuttuu pikku hiljaa aina uusien kampanjatelien ja tarjouskylttien ilmaantuessa esille entisten lisäksi.

Eettisen ohjeen nro VIII mukaan apteekkeissa noudatetaan hyviä markkinointitapoja ja rehtejä kilpailun keinoja. Markkinoinnillisina keinoina kylkiäiset ja alennusmyynti ovat hieman eri asioita, eivätkä alennusmyyntiä koskevat aikamäärälliset rajoitukset ole suoraan sovellettavissa kylkiäiskampanjoihin. Kilpailu- ja kuluttajaviraston nettisivuilla todetaan, että jos mainoksessa ilmoitettua kylkiäistä ei saa ilmoitettuna aikana, voi kuluttaja vaatia sitä myyjältä. Kampanjapakkausten loppu-

**ALENNUSMYynti**

on kestoajaltaan rajoitettu tarjous, jonka sisältönä on hinnanalennus. Pitkään jatkunut alennusmyynti merkitsee alennettujen hintojen muuttamista pysyviksi, mistä syystä alennushintailmoittelu ei voi olla jatkuvaa.

miseen kesken ilmoitetun tarjouksen kestoajan pyritään apteekkeissa varautumaan riittävällä varastoinnilla. Tämä voi toisaalta johtaa kysyjän kuvaamaan tilanteeseen, että varastoja riittää seuraavankin kampanjan alkamiseen asti.

Yritykset kampanjoivat eri tavoin, eikä siihen apteekki-alan sisältä ole mahdollista tai tarpeellistakaan vaikuttaa. Markkinointi on voimakasta ja apteekille syntyy kuluttajakäynnänkin kautta painetta osallistua kampanjoihin. Asiallisesti toteutetut kampanjat ovat hyödyllisiä apteekkien liiketoiminnan lisäksi myös asiakkaille, jotka saavat samalla rahalla tuotetta enemmän kuin saisivat ilman kampanjaa. On kuluttajille eduksi, että apteekit kilpailevat keskenään paitsi hyvällä asiakaspalvelulla, sijainnilla, aukioloajoilla, valikoimalla ja palveluilla, niin myös ei-lääkkeellisten tuotteiden hinnoilla.

Apteekkarin olisi hyvä miettiä oman yrityksen toimintatapaa kampanjoitten toteutuksessa. Jos henkilökunta kokee, että kampanjatuotteita on varastoitu liikaa, kampanjoita on useita päällekkäin, ja ”ikuisesti” jatkuvat kampanjat luovat bulkkimyynti-imagon, tulisi asiasta keskustella työyhteisössä. Apteekit ovat osa terveydenhuoltoa ja kunkin apteekkarin pitää miettiä, onko oma apteekki myös yleisilmeeltään tämän aseman arvoinen.

Kuvat: iStockphoto

**KYLKIÄISTARJOUKSIA**

markkinoitaessa on kuluttajansuojalain 12 §:n mukaan selkeästi ilmoitettava tarjouksen sisältö ja arvo eli yhteinen kylkiäistarjoushinta + tuotteiden erilliset hinnat, elleivät tuotteet erikseen ostettuna maksa alle 10 euroa enemmän kuin kylkiäistarjousena ostettuna. Myös tarjouksen kesto sekä määrälliset ja muut rajoitukset on ilmoitettava.