

Veďte, prosíme, na vědomí, že text článku odpovídá platné právní úpravě ke dni publikace.

Evropská unie dává červenou nekalým spotřebitelským praktikám

V Radě EU bylo v květnu tohoto roku dosaženo politické shody ohledně návrhu nové směrnice týkající se nekalých obchodních praktik na vnitřním trhu. Tato směrnice si klade za cíl nekalým praktikám zamezit a podpořit tak ochranu spotřebitele, rozvoj obchodu a evropskou ekonomiku jako celek. Návrh vychází z průzkumů, které mj. ukázaly, že nekalá jednání obchodníků významně odrazují spotřebitele od uskutečňování přeshraničních transakcí. Zároveň by měla být poskytnuta i určitá jistota obchodníkům tím, že namísto roztržitých národních úprav by platila jednotná zastřešující pravidla.

V Radě EU bylo v květnu tohoto roku dosaženo politické shody ohledně návrhu nové směrnice týkající se nekalých obchodních praktik na vnitřním trhu. Tato směrnice si klade za cíl nekalým praktikám zamezit a podpořit tak ochranu spotřebitele, rozvoj obchodu a evropskou ekonomiku jako celek. Návrh vychází z průzkumů, které mj. ukázaly, že nekalá jednání obchodníků významně odrazují spotřebitele od uskutečňování přeshraničních transakcí. Zároveň by měla být poskytnuta i určitá jistota obchodníkům tím, že namísto roztržitých národních úprav by platila jednotná zastřešující pravidla.

Směrnice stanoví obecnou definici nekalých praktik a tyto praktiky zakazuje. Nekalými praktikami jsou taková jednání, která jsou v rozporu s profesionálním poctivým přístupem a podstatně zkreslují nebo mohou podstatně zkreslit ekonomické chování „průměrného spotřebitele“ vzhledem k produktu (při splnění dalších podmínek). V případě praktik cílených na určité skupiny je však jako měřítko pro posouzení určitého jednání jako nekalé praktiky nutno brát průměrného člena takové skupiny.

Mezi nekalé praktiky směrnice zahrnuje i praktiky tzv. zavádějící a agresivní. Typické příklady takových praktik jsou uvedeny v příloze ke směrnici. Jako zavádějící jsou uváděny například reklamní aktivity nabízející prodej zboží za určitou cenu v případech, kdy je zřejmé, že obchodník nebude mít tohoto produktu dostatečné množství (reklamní návody), nabízení poprodejního servisu s tím, že přístup k němu je následně určitými způsoby omezován, používání reklamních sdělení v tisku bez označení, že se jedná o inzerci, používání výrazu „výprodej - likvidace“ nebo podobných výrazů v případech, kdy se ve skutečnosti nejedná o ukončení prodeje atd. Mezi agresivní praktiky pak směrnice řadí např. nevyžádanou telefonickou, faxovou, e-mailovou či jinou obdobnou reklamní komunikaci, vyžadování plateb za poskytnuté, avšak nevyžádané, zboží atd.

Z výše uvedeného je zřejmé, že ne všechny z navrhovaných zákazů budou pro Českou republiku nové. Výhodou komunitární úpravy by však mělo být (pokud směrnice úspěšně završí svůj postup legislativním procesem), že stejná pravidla budou platit ve všech členských státech. Přesné datum, do kterého budou členské státy povinny tuto směrnici transponovat zatím není stanoveno, předpokládá se však, že by se mělo jednat o rok 2006.



Další články:

- [Když obecní pozemky již nemusí být obecní - institut mimořádného vydržení v obecním právu](#)
- [Střet zájmů členů volených orgánů obchodních korporací: pravidla, proces a následky](#)
- [Dvě kiwi denně: EU schválila první zdravotní tvrzení pro čerstvé ovoce](#)
- [Nová „tlačítková“ povinnost pro e-shopy](#)
- [Digital Omnibus: Revoluce v datech, nebo jen nová zátěž pro podnikatele?](#)
- [Darování pro případ smrti nemovité věci zapsané v katastru nemovitostí a určení výše odměny soudního komisaře](#)
- [Flotilová novela: Kdo a kdy musí nově získat licenci k distribuci pojištění?](#)
- [Nová pravidla pro ground handling v EU a jejich dopady na letecký sektor](#)
- [Právní due diligence nemovitostí: na co se v praxi skutečně zaměřit](#)
- [Hmotněprávní opatrovník obchodní korporace: mezi efektivní ochranou a zásahem do korporální autonomie](#)
- [Byznys a paragrafy, díl 32.: Konkurenční doložka](#)