

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

K chystané novele zákona o ochraně spotřebitele

V České republice je právní úprava ochrany spotřebitele obsažena v zákoně č. [89/2012](#) Sb., občanský zákoník, primárně pak v zákoně č. [634/1992](#) Sb., o ochraně spotřebitele. Stávající právní úprava se s ohledem na rozvoj digitalizace ale i celkový vývoj v oblasti vztahu mezi spotřebitelem a podnikatelem, ukázala jako nedostačující s potřebou dalších změn. Představme si nyní blíže návrh chystané novely, která implementuje změny v podobě schválených směrnic, které mají zajistit lepší vymáhání a modernizaci právních předpisů Unie na ochranu spotřebitele.

Podoba ochrany spotřebitele vyplývá z unijních předpisů. Navrhovaná úprava je nezbytná k zajištění dostatečné konformity tuzemského práva v oblasti ochrany spotřebitele s právní úpravou EU. Konkrétně se jedná o transpozici **Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/2161 ze dne 27. listopadu 2019** a **Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/770 ze dne 20. května 2019 o některých aspektech smluv o poskytování digitálního obsahu a digitálních služeb**, které byly přijaty za účelem reflektovat změny společnosti spojené s rozvojem jednotného digitálního trhu.

Principy změn spočívají zejména v nastolení pravidel mající zabránit klamání spotřebitele v případě výběru zboží online. Klasickým případem je vyhledávání zboží na základě zadaných parametrů, ať je jimi oblíbenost, cena, či velikost slevy. Mělo by se tak nově zabránit situacím, kdy obchodník poskytuje spotřebiteli informace v podobě výsledků vyhledávání v reakci na dotaz spotřebitele při online vyhledávání, aniž by jasně sdělil, že jde o placenou reklamu nebo specifickou platbu za účelem dosažení lepšího pořadí produktu v rámci výsledků vyhledávání.

Pokud obchodník přímo nebo nepřímo zaplatil poskytovateli funkce online vyhledávání za lepší pořadí produktu v rámci výsledků vyhledávání, měl by o tom poskytovatel funkce online vyhledávání spotřebitele stručnou, snadno dostupnou a srozumitelnou formou informovat. Rovněž tak i nepřímá platba by mohla mít podobu přijetí dalších povinností ze strany obchodníka vůči poskytovateli funkce online vyhledávání jakéhokoli druhu, jejichž konkrétním dopadem je lepší pořadí. V praxi se tak například nepřímá platba vyskytuje v případech zvýšené provize za transakci a různé systémy kompenzací, které konkrétně vedou k lepšímu pořadí. Funkci internetového vyhledávání mohou poskytovat různé typy internetových obchodníků, včetně zprostředkovatelů, jako jsou online tržiště, vyhledávače a srovnávací internetové stránky.

Novela má nastolit, co nejspravedlivější prostředí jak pro spotřebitele, tak podnikatele zejména zpřesněním definic nejen na úplatná jednání, ale i na nabídku a poskytování digitálního obsahu nebo služby digitálního obsahu, za něž spotřebitel dává jako protihodnotu své osobní údaje, a neplatí tedy cenu, toto de facto nové vymezení působnosti zákona o ochraně spotřebitele má být zakomponováno v **§ 1 odst. 2 a 3 zákona o ochraně spotřebitele**.

V návaznosti na změnu dochází k rozšíření výčtu informací, které se považují za podstatné při nabízení výrobků nebo služeb na tzv. online tržištích.[\[1\]](#) Nová úprava stanoví, že podstatnou informací rozhodnou pro informování spotřebitele, a která má být obligatorní je též, zda je třetí strana nabízející výrobek nebo službu prodávajícím, či nikoliv. Jde o důležitou informaci pro spotřebitele, na níž závisí rozsah práv, která při případné koupi spotřebitel má. Jedná-li totiž spotřebitel s prodávajícím, má např. právo na odstoupení, což by neplatilo, byla-li by nabízejícím

fyzická osoba mimo rámec podnikání. Nejsou-li podstatné informace na online tržišti poskytnuty, jedná se o klamavé opomenutí.

Zadává-li například spotřebitel za účelem vyhledávání klíčové slovo, frázi nebo jiný vstup, za podstatnou informaci se považuje obecná informace o hlavních parametrech určujících pořadí nabídek spotřebiteli vytvořených na základě jeho dotazu. Součástí informace musí být i informace o relativní váze (poměru) těchto parametrů ve vztahu k ostatním parametrům. Nejsou-li podstatné informace poskytnuty, jedná se o klamavé opomenutí. Rovněž tak v případech, se považují informace za podstatné, když uvádí prodávající recenze na výrobky nebo služby, pak je potřeba spotřebitele náležitě informovat, zda a jak prodávající zajišťuje, aby jím zveřejněné recenze pocházely od spotřebitelů, kteří si výrobek nebo službu skutečně pořídili. Cílem je zabránit falešným recenzím, které výrobek nebo službu nepravdivě vychvalují a tím mohou ovlivnit spotřebitele, aby se rozhodli výrobek nebo službu koupit, což by jinak neučinili. Nejsou-li tyto informace poskytnuty, jedná se o klamavé opomenutí.

Častými prohřešky bývá klamavé označení slevy výrobku. Nová povinnost stanovuje, že spotřebitel musí být informován současně s informací o slevě též o původní ceně, a to o nejnižší ceně výrobku uplatňované prodávajícím po dobu 30 dnů před poskytnutím slevy.

V případě výrobků, které jsou na trhu nabízeny po dobu kratší než 30 dnů, je referenční cenou pro slevu nejnižší cena uplatňovaná od okamžiku uvedení na trh. Pro případ postupného zvyšování slev je by mělo být povinno, že referenční cenou je nejnižší cena uplatňovaná před prvním zlevněním.

Novela zákona o ochraně spotřebitele je rozsáhlá a předpokládá mnohé zásadní změny. Představme si dále jen jejich výčet.

Na seznam automaticky zakázaných nekalých obchodních praktik se vkládají nové body, resp. klamavé praktiky

- Pokud prodávající zastře, že se jedná o placenou reklamu.
- použití telefonního čísla s vyšší než běžnou sazbou
- porušení zákazu zneužívajících ujednání
- neposkytnutí požadovaných informací při nakupování prostřednictvím online tržišť
- pře prodej "nekale získaných" vstupenek, zveřejňování falešných recenzí či tvrzení, že recenze pochází od spotřebitelů, kteří výrobek zakoupili, aniž by prodávající toto tvrzení jakkoli ověřil či zajistil, že je pravdivé.

Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/2161 vyžaduje, aby při trestání nedodržení povinností byly uloženy odpovídající sankce za porušení s přeshraničním přesahem v takové výši, aby tyto sankce byly odrazující. V souladu s tímto požadavkem je dán požadavek, že za takováté porušení lze uložit pokutu až do výše 4 % celkového ročního obrátu prodávajícího. Pro případ, že výše obrátu není dozorovému orgánu známa, lze uložit pokutu až do výše 50 milionů korun.

Komplexnost ochrany spotřebitele se novelou dotýká i občanského zákoníku, kde dochází k několika změnám a implementaci povinností pro podnikatele:

- povinnost poskytovat před smluvní informace, včetně dodržení obsahových i formálních náležitostí, a to vždy s ohledem na způsob uzavření smlouvy (§ 1811, 1820, 1824 a § 1828 odst. 1),
- zákaz používání předem nastavených možností za účelem získání souhlasu s další platbou odlišnou od povinnosti úhrady hlavního závazku (§ 1817),

- povinnost sdělit účel hovoru a totožnost volajícího, v případě, kdy je spotřebitel osloven podnikatelem s obchodní nabídkou prostřednictvím telefonu (§ 1825 odst. 1),
- zvláštní povinnosti při uzavírání smluv elektronickými prostředky (§ 1826 až 1827),
- povinnost poskytnout vyhotovení smlouvy či potvrzení o uzavření smlouvy v požadované formě a s požadovanými údaji (1824a odst. 1 a § 1828 odst. 3),
- povinnost potvrzení přijetí vzorového formuláře pro odstoupení od smlouvy, které podnikatel za tímto účelem zpřístupnil na svých internetových stránkách (§ 1830 odst. 2),
- povinnost dodat zboží ve smluveném čase, není-li čas ujednán, pak bezodkladně, nejpozději však do 30 dní od uzavření smlouvy (§ 2159 odst. 1).^[2]

Závěrem je možno shrnout, že chystaná novela zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník a č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele má za cíl zajistit lepší vymáhání a modernizaci právních předpisů na ochranu spotřebitele. Současně dochází ke snaze reflektovat technologické trendy v oblasti online prodeje.

Mgr. Bc. et Bc. Jiří Hadaš, MBA

[1] Dle čl. 2 Směrnice 2011/83/EU „se rozumí online tržištěm“ služba využívající software, včetně internetových stránek, části internetových stránek nebo aplikace, který je provozován obchodníkem nebo jeho jménem, a umožňující spotřebitelům uzavírat na dálku smlouvy s jinými obchodníky nebo spotřebiteli.

[2] Sněmovní tisk 994/0 - k dispozici >>> [zde](#),

© EPRAVO.CZ - Sbírka zákonů, judikatura, právo | www.epravo.cz

Další články:

- [Nový zákon o veřejných dražbách, aukce a obálkové metody](#)
- [Pohled přes hranice - natáčení pornografických klipů jako důvod výpovědi z nájmu bytu](#)
- [Nařízení EU o umělé inteligenci a jeho dopady na využití jazykových modelů v advokátní praxi](#)
- [Revize zájezdové směrnice: co přináší, co hrozilo a co to znamená pro praxi](#)
- [Kupní smlouva o převodu nemovitosti bez uvedení výše kupní ceny](#)
- [Druhá „tlačítková novela“: povinné tlačítko pro odstoupení od smlouvy](#)
- [Souhlas s veřejným užíváním pozemku jako překážka nároku na bezdůvodné obohacení - náleží Ústavního soudu sp. zn. I. ÚS 2541/25](#)
- [Kupní smlouva bez přesného určení kupní ceny](#)
- [Byznys a paragrafy, díl 36.: Doložka o mlčenlivosti](#)
- [Detekce podezřelého obchodu v kontextu hazardních her](#)
- [AI omnibus](#)