8. 8. 2019

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

Klamavé recenze jako nástroj pro oklamání spotřebitele

Spolu s rostoucí oblibou nakupování zboží a služeb na internetu si i obchodníci uvědomují nutnost přesvědčit spotřebitele o kvalitách svého produktu či služby.[1] Silnou zbraní jsou v tomto ohledu recenze, neboť jsou to právě recenze, které nejsnadněji přimějí nerozhodného kupujícího k dokončení koupě.[2] Jenže jak poznat, které recenze jsou skutečně, a které jsou pouhé výmysly, jež vůbec neodrážejí kvality či slabiny onoho prodávaného artiklu?

Falešné či klamavé recenze mohou mít v zásadě dvě podoby. Buď se jedná o pozitivní falešnou recenzi, či o recenzi negativní. Pozitivní recenzi bude o svém produktu, službě či obchodu psát typicky sám podnikatel či s ním spřízněné osoby, za účelem vypadat lépe v očích zákazníků. Negativní recenzí chápeme jako očerňování konkurenčního produktu, služby či podniku. Tedy psaní recenzí, které se nezakládají na pravdě, a jejichž účelem je jen a pouze snížit onen produkt či službu v očích potenciálních zákazníků.

Pozitivní klamavé recenze

Při psaní pozitivních klamavých recenzí se může jednat v určitých případech o nekalou obchodní praktiku dle ust. § 4 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele (dále jen „zákon o ochraně spotřebitele“), respektive dle směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu, která byla předlohou pro novelizovaný zákon o ochraně spotřebitele.

A sice se může jednat konkrétně o klamání spotřebitele dle ust. § 5 zákona o ochraně spotřebitele, a to v případě, kdy prodávající uvádí v klamavých recenzích věcně nesprávné informace či sice uvádí věcně správné informace, ale takovým způsobem, který má za následek uvedení či způsobilost uvést spotřebitele v omyl ohledně samotného produktu či služby. Za toto hrozí relativně přísný postih, a sice v souladu s ust. § 24 odst. 1 písm. a) a odst. 14 písm. d) zákona o ochraně spotřebitele postih od České obchodní inspekce až ve výši 5.000.000 Kč.

Procesní postavení subjektu, který se snaží zlepšit odbyt klamavými pozitivními recenzemi, je dále značně zhoršeno obráceným důkazním břemenem v souladu s ust. § 5c zákona o ochraně osobních údajů. Bude to tedy onen subjekt, který bude muset prokazovat, že recenze nejsou klamavé. To ale nebude vůbec snadné, když nedisponuje žádným materiálem, kterým by prokázal, že se jedná o skutečně udělené recenze.

Negativní klamavé recenze

Při negativních klamavých recenzí se zase může jednat o nekalosoutěžní praktiku, které je postižitelná dle zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník (dále jen „občanský zákoník“). V konkrétnějších obrysech se bude jednat o zlehčování dle ust. § 2984 občanského zákoníku. Jedná se v obecné rovině i o jednání naplňující samotnou generální klauzuli nekalé soutěže dle ust. § 2976 odst. 1 občanského zákoníku. Poškozený subjekt má následně práva dle ust. § 2988 občanského zákoníku, má tedy právo na odstraňovací nárok, zdržovací nárok, nárok na přiměřené zadostiučinění, náhradu škody a vydání bezdůvodného obohacení.

Otázkou zůstává jak se vyrovnat s obratem „může proti rušiteli požadovat“ ve znění ust. § 2988 občanského zákoníku, když vlastně ona recenze může být uveřejněna i na různých srovnávacích portálech, kde již třeba nemusí být umožněno rušiteli editovat recenzi. Máme tedy připustit, že odstraňovací a zdržovací nárok poškozeného existuje i vůči provozovateli těchto stránek? Tíhnu spíše k závěru, že ano. Jak uvedl Nejvyšší soud v rozsudku ze dne 24. 7. 2013, sp. zn. 23 Cdo 2939/2011: *„Zdržovací nároky mají preventivní povahu, protože směřují jak proti závadnému jednání, které rušitel již započal a dosud v něm pokračuje, tak proti jednání, u něhož vzhledem k soustavnosti hrozí, že v něm pokračováno bude*.“ Nedávalo by tedy smysl omezovat onen nárok jen a pouze vůči rušiteli, který již není schopen situaci napravit, a totožné právo nepřiznat poškozenému i vůči subjektu, který fakticky, byť dost možná nevědomky, rozšiřuje onu recenzi.

Samotný poškozený bude nicméně často ve svízelné situaci, protože nedochází s ohledem na ust. § 2989 odst. 2 občanského zákoníku k obrácení důkazního břemene, a bude to tedy právě onen poškozený podnikatel, který bude povinen prokázat, že je ona recenze klamavá. Mám za to, že právě tento fakt bude značnou překážkou pro účinný postih za nekalosoutěžní praktiky při uveřejňování negativních recenzí. Prokázat totiž souvislost mezi napsanou recenzí a jiným soutěžitelem může být značně nesnadné a ve výsledku postihne jen ty rušitele, kteří si počínají neopatrně a například uveřejňují klamavé recenze ze stejné IP adresy jako následné vlastní podnikatelské jednání.

Frekvence výskytu klamavých recenzí

Vyskytují se častěji pozitivní či negativní klamavé recenze? Dle mého názoru jsou častější právě recenze pozitivní, což ale nemusí nutné znamenat, že produkt nadhodnocují, může se jednat o skutečně dobrý produkt, ale recenze jsou jednoduše psané samotným podnikatelem či spřízněnými osobami, takže ve výsledku je průkazní hodnota nízká.

Očerňování konkurence se dozajista děje rovněž, ale existuje zde riziko právě nekalosoutěžního postihu, jak zmíněné výše, takže bych řekl, že se tak neděje stejně často jako vytváření kladných recenzí. Už jen z toho důvodu, že při psaní pozitivních klamavých recenzí je riziko odhalení relativně nízké, zatímco při psaní negativních recenzí, se dozajista bude mnoho takto poškozených podnikatelů pídit po tom, kdo onu recenzi psal a budou se ji rovněž snažit co nejrychleji odstranit.

Možnosti spotřebitele při odhalení klamavé či falešné recenze

Spotřebitel má samozřejmě zákonné právo odstoupit do 14 dní bez udání důvodů od kupní smlouvy uzavřené distančním způsobem či mimo obchodní prostory podnikatele dle ust. § 1829 občanského zákoníku, a tím je mu navráceno poskytnuté plnění, typicky zaplacené peníze. Pokud by chtěl být spotřebitel aktivnější, tak může o dle jeho názoru falešné recenzi notifikovat srovnávací server a požadovat smazání této recenze, či podat podnět České obchodní inspekci k prošetření záležitosti z důvodu, že dochází k možnému klamání spotřebitele dle zákona o ochraně spotřebitele.

Ultima ratio řešením je v případě, že se jedná o produkt nebo službu, kde není odstoupení od smlouvy možné, zahájení soudního sporu, kde bude spotřebitel požadovat nahrazení škody z důvodu porušení zákona škůdcem dle ust. § 2910 občanského zákoníku, tedy nahrazení hodnoty zakoupeného zboží či služby z důvodu klamavé recenze. Spotřebitel je ale ve značně nevýhodné situaci, protože musí unést důkazní břemeno.

Boj s klamavými recenzemi

Musíme si také uvědomit, že recenze na stránkách samotných e-shopů či poskytovatelů služeb nejsou nejzásadnější, neboť spotřebitelé berou povětšinou na vědomí, že recenze zde uvedené mohou být do jisté míry nadnesené či účelově vybrané tak, aby ukazovaly produkt či službu v tom nejlepším

možném světle. Důležitější jsou servery, kde dochází k soutěži různých podnikatelů, třeba Heuréka či Amazon. Nemusí se ale jednat pouze o tyto typické srovnávače zboží, například Google rovněž umožňuje psát recenze k různým místům v Google mapách a tím znatelně ovlivňovat chování spotřebitelů. Tyto servery neprodávají vlastní produkty a služby, či jen ve velmi omezené míře, ale naopak princip fungování tkví v tom, že umožňují spotřebitelům porovnávat nabídky různých e-shopů, hodnotit navštívená místa a následně umožní spotřebitelům se rozhodnout pro daný produkt či službu

Když se nicméně podíváme na příklad Amazonu, který nabízí své služby i v České republice prostřednictvím německých internetových stránek, tak zjistíme, že boj proti falešným recenzím je velmi intenzivní a nevychází ani tak z platného práva jako spíše z vůle samotného Amazonu, tedy podnikatelského subjektu, který se snaží zajistit spotřebitelům co nejpravdivější obraz o nabízených produktech. Amazon využívá relativně složité algoritmy, které posuzují vzájemný vztah recenzenta a prodávajícího, a když kupříkladu zjistí, že je recenze psaná ze stejné IP adresy, tak se daná recenze nezveřejní. I kdyby třeba byla upřímná. Na podobném principu funguje i kontrola negativních falešných recenzí, kdy daný podnikatel píšící negativní recenze navíc riskuje i trvalé uzavření svého účtu a tím ztrátu schopnosti prodávat zboží na Amazonu.[3]

Myslím, že právě toto je správná cesta pro postih klamavých recenzí, a sice kladení zvýšených požadavků na samotné srovnávací či hodnotící servery, které by se i ve svém vlastním zájmu měly snažit o co nejvěrnější hodnocení nabízených produktů a služeb. Další úvahou de lege ferenda je dozajista upravit důkazní břemeno u nekalé soutěže odlišně, protože za současného právního stavu je poškozený jen obtížně schopen vůči rušiteli prokázat klamavost negativních recenzí. Obrácené důkazní břemeno by tedy mohlo být jedině ku prospěchu.

Daniel Vrábel,
Student Právnické fakulty Univerzity Karlovy

e-mail: daniel.vrabel@email.cz

---

[1] Jednotlivci v ČR nakupující na internetu, 2018 [online]. [cit. 2019-07-08]. K dispozici >>> zde.
[2] Pozn. Průzkum, kde 84 % oslovených uvedlo, že recenzi na internetu důvěřují stejně jako doporučení od známého. Local Consumer Review Survey [online]. 7. 12. 2018 [cit. 2019-07-08]. K dispozici >>> zde.
[3] Anti-Manipulation Policy for Customer Reviews [online]. [cit. 2019-07-08]. K dispozici >>> zde.

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

Další články:

- Svěřenský fond v holdingových strukturách
- Environmentální tvrzení společností v hledáčku EU: Jak se vyhnout greenwashingu a obstát v

nové regulaci?
- Oceňování senior center a domovů se zvláštním režimem v nemovitostních fondech
- Změna výroby na příkaz mateřské společnosti bez finanční kompenzace vzniklých ztrát? Judikát NSS, který mění pohled na převodní ceny
- Byznys a paragrafy, díl 26.: Smírčí řízení jako alternativní nástroj řešení sporů mezi podnikateli
- „Bez pohlavků“: jasná hranice výchovy v českém právu
- Nová éra v boji proti nekalým obchodním praktikám: Co přinese nové procesní nařízení EU?
- Diskriminace není legrace aneb nerovné zacházení s akcionáři při výplatě zálohy na podíl na zisku
- Licence LUC v podnikatelské strategii provozovatelů dronů
- Neplatnost usnesení valné hromady akciové společnosti v rozhodovací praxi soudů
- Aktuální novelizace potravinových vyhlášek