

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

Konec zvláštní nabídky ?

Od 26. ledna 2006 trápila po dva roky obchodníky povinnost uvádět u jakékoliv zvláštní nabídky množství povinných údajů. V reklamě musela být data trvání nabídky a pak také velmi obtížně splnitelné údaje o množství zboží na provozovnách, které musel inzerent uvádět, pokud mu bylo známo, nebo mohl předpokládat, že není nebo nebude schopen zajistit nabízené zboží v množství, které odpovídá očekávané poptávce, a to s ohledem na rozsah nebo způsob šíření reklamy.

V praxi vyvstalo mnoho problémů a přesto za porušení těchto pravidel padlo mnoho pokut. Úřednickému naturelu prostě vyhovuje kontrola formálních náležitostí daleko více než skutečné, ale obtížně prokazatelné podvádění v komunikaci. Pokuty za nedodržení pravidel zvláštní nabídky hojně udělovala jak Rada pro rozhlasové a televizní vysílání, tak živnostenské úřady, které nejspíše obcházely obchodníky a důsledně je nutily k lepení zcela nesmyslných cedulek na výlohy s údajem, do kdy vystavená nabídka platí - soudím tak alespoň z hojného rozšíření těchto cedulek. V mnoha případech byla pravidla nesplnitelná: distribuoval-li třeba obchodník zvláštní balení coby zvláštní nabídku, jak měl napsat povinný údaj do kdy akce trvá ? Zbývá jen podotknout, že uvedená pravidla nebyla žádnou implementovanou evropskou direktivou, ale šlo o zcela domácí předpis, navržený v reakci na jeden nepovedený výprodej.

To vše nyní padlo. Paragrafy spojené se zvláštní nabídkou byly zrušeny, a to s okamžitou účinností, dokonce bez stanovení nějaké přechodné doby. Učinila tak poslední novela zákona o regulaci reklamy, která byla schválena 17. ledna 2008. Skutečně, na zvláštní nabídku je možné již zapomenout.

Stejná novela ovšem zavedla do právního řádu pojem zakázané nekalé obchodní praktiky, spočívající v tom, že podnikatel nabízí ke koupi výrobky nebo služby za určitou cenu, aniž by zveřejnil důvody, na jejichž základě se může domnívat, že nebude sám nebo prostřednictvím jiného podnikatele schopen zajistit dodávku uvedených nebo rovnocenných výrobků nebo služeb za cenu platnou pro dané období a v přiměřeném množství vzhledem k povaze výrobku nebo služby, rozsahu reklamy a nabízené ceny (vábívká reklama).

Těmito složitými obraty se má nejspíše na mysli opět tzv. zvláštní nabídka, ovšem čeština je zde natolik kostrbatá a nesmyslná, že mám pochyby o jejich reálné vynutitelnosti. Co to asi znamená „zveřejnit důvody, na jejichž základě se může domnívat, že nebude schopen zajistit“ ? A stačí takové důvody zveřejnit na Internetu ? A musí tam být důvody popsány anebo stačí jen, že zboží je prostě málo ve skladu ? A na jakou dobu se zboží počítá, když žádná doba v inzerci nebude ? Tyto otázky převážně vyplývají z nedbalého překladu, jak je zjevné z citace více srozumitelné verze anglické: „Making an invitation to purchase products at a specified price without disclosing the existence of any reasonable grounds the trader may have for believing that he will not be able to offer for supply or to procure another trader to supply, those products or equivalent products at that price for a period that is, and in quantities that are, reasonable having regard to the product, the scale of advertising of the product and the price offered (bait advertising).“

Praktický výsledek pospaných změn je jasný. Vracíme se k oblíbené alibi větě „platí jen do vyčerpání zásob“, kterou by bylo možné - aby se v ní objevily i požadované „důvody“ - formulovat třeba tak, že „z důvodu omezených zásob platí do jejich vyčerpání“.

JUDr. Filip Winter, advokát
110 00 Praha 1, Na Příkopě 25
www.akwinter.cz

Další články:

- [Pokuta 32 mil. EUR pro Dacia/Renault - evropské soutěžní úřady tvrdě došlapují na no-poaching. Měla by Vaše společnost být na pozoru?](#)
- [Právo společníka na informace v s. r. o.: silný nástroj kontroly, ale ne bez hranic](#)
- [Kupní smlouva k nemovité věci bez určení kupní ceny: Nejvyšší soud koriguje katastrální praxi](#)
- [Společnost s podíly 50:50 - právní rizika patových situací a jejich smluvní řešení](#)
- [Byznys a paragrafy, díl 34: Jednání za společnost - prokura](#)
- [Jak nastavit smlouvy s dodavateli podle nové právní úpravy kybernetické bezpečnosti?](#)
- [Jak soutěžní právo reaguje na pohlcování startupů technologickými giganty aneb fenomén vražedných akvizic](#)
- [Žaloba na fair exit vůči společníkům s. r. o. jednajícím ve shodě](#)
- [Reklamace vad stavby](#)
- [Hodnotící dotazníky jako obchodní sdělení v kontrolním plánu ÚOOÚ pro rok 2026](#)
- [Konec „severních ateliérů“? Nový stavební zákon otevírá dveře k rekolaudaci ubytovacích jednotek na plnohodnotné byty](#)