31. 7. 2001

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

Zákaz klamání spotřebitele – problém nejen Oskaret

Na stránkách jiných internetových deníků jsme se v mohli nedávno dočíst o nekalých praktikách některých obchodníků, jež jsou uplatňovány při distribuci Oskaret. Pro přiblížení: jednalo se o problém, kdy nejmenovaný obchodník nabízel k prodeji Oskartu za „pouhých“ 450 Kč s tím, že si můžete vybrat kteroukoli Oskartu s číslem z aktuální nabídky, jež je právě na skladě. Obchodník toto „zvýšení“ odůvodňoval tím, že Oskar takovouto službu nenabízí.

Na stránkách jiných internetových deníků jsme se v mohli nedávno dočíst o nekalých praktikách některých obchodníků, jež jsou uplatňovány při distribuci Oskaret. Pro přiblížení: jednalo se o problém, kdy nejmenovaný obchodník nabízel k prodeji Oskartu za „pouhých“ 450 Kč s tím, že si můžete vybrat kteroukoli Oskartu s číslem z aktuální nabídky, jež je právě na skladě. Obchodník toto „zvýšení“ odůvodňoval tím, že Oskar takovouto službu nenabízí. Jak bychom se dále dočetly, Český Mobil, provozovatel sítě Oskar považuje takovéto jednání obchodníka za neoprávněnou distribuci, jež poškozuje dobré jméno společnosti. Jak lze právními prostředky postupovat proti obchodníkovi, jež se snaží uvést zákazníka v omyl? Jedná se vůbec o protiprávní jednání?

Zřejmě nejsnáze by se dalo jednání „nepoctivého“ obchodníka rozebrat ve vztahu k dalším soutěžitelům, a to z hlediska zda a nakolik ohrožuje toto jednání poctivost obchodního styku a zda je s to přivodit jiným soutěžitelům újmu. Jelikož se mezi provozovatelem sítě a obchodníkem jedná o obchodněprávní vztah, který je zcela jistě upraven podrobnou smlouvou, bude se tento exces nejdříve řešit podle ustanovení, jež byly oběma stranami dohodnuty při podpisu smlouvy. Nepovede-li toto úsilí k úspěchu, je nasnadě, že budou uplatněny právní předpisy, jež tuto problematiku řeší. V prvé řadě se bude jednat o obchodní zákoník, který se porušováním pravidel poctivého obchodního styku zabývá zejména v ustanoveních týkajících se nekalé soutěže. Za nekalosoutěžní jednání lze podle dikce generální klauzule nekalé soutěže obchodního zákoníku považovat takové jednání, které je jednáním v hospodářské soutěži, je v rozporu s dobrými mravy soutěže a toto jednání je objektivně s to přivodit újmu jiným soutěžitelům nebo spotřebitelům – stačí tedy pokud se jedná o jednání ohrožovací, jednáním hrozí vznik škody. Specificky by se potom jednání obchodníka mohlo považovat za klamavou reklamu, jež je také zakázána. Reklama pro účely obchodního zákoníku je vymezena speciálně a nelze ji zaměňovat s definicí reklamy, tak jak ji používají předpisy zabývající se reklamou šířenou médii. Klamavou reklamou je šíření údajů o vlastním nebo cizím podniku, jeho výrobcích či výkonech, které je způsobilé vyvolat klamnou představu a zjednat tím vlastnímu nebo cizímu podniku v hospodářské soutěži prospěch na úkor jiných soutěžitelů či spotřebitelů. Šířením údajů není myšleno jen jejich sdělení rozhlasem, televizí či jiným sdělovacím prostředkem – publikace veřejným prostředkem, ale také sdělení mluveným nebo psaným slovem, vyobrazením. Sdělované údaje nemusí být samy o sobě nepravdivé, ale jestliže vzhledem k okolnostem a souvislostem, za nichž byl učiněn, může uvést v omyl, jedná se o údaj klamavý.

Co z výše řečeného vyplývá? Jaké jsou právní prostředky ochrany proti nekalosoutěžnímu jednání? Jak se podle ustanovení obchodního zákoníku může bránit konečný spotřebitel?

Základním nárokem osoby, jejíž práva byla nekalou soutěží porušena nebo ohrožena je požadavek, aby se rušitel svého protiprávního jednání zdržel a odstranil závadný stav. Dále mohou tyto osoby

požadovat přiměřené zadostiučinění, které může být poskytnuto i v penězích, náhradu škody a v některých případech nekalosoutěžního jednání také vydání bezdůvodného obohacení, a také další návrhy, jež připouští občanský soudní řád – žaloby určovací, návrhy na předběžná opatření apod. Kdo je však aktivně legitimován k podání nároku? Obecně jsou legitimovány osoby, jejichž práva byla porušena nebo ohrožena, tj. soutěžitelé a spotřebitelé, mohou to však být také osoby jiné. Právo, aby se rušitel protiprávního jednání zdržel a aby odstranil závadný stav, může uplatnit též právnická osoba oprávněná hájit zájmy soutěžitelů nebo spotřebitelů. V celé šíři úpravy nekalé soutěže může nároky podávat zásadně soutěžitel. S legitimací spotřebitele je to složitější. Spotřebitel může uplatnit své nároky pouze v případě, jde-li o skutkovou podstatu, v níž může být jeho zájem dotčen. Obchodní zákoník výslovně vylučuje legitimaci spotřebitele ohledně skutkových podstat parazitování na pověsti, podplácení, zlehčování a porušení obchodního tajemství. Omezena je také možnost spotřebitele domáhat se, aby se rušitel zdržel nekalosoutěžního jednání a odstranil závadný stav – toto právo zákon přiznává pouze soutěžitelům a právnickým osobám oprávněným hájit zákmy soutěžitelů nebo spotřebitelů. Aktivně legitimování v případě klamavé reklamy jsou všichni, jejichž práva byla nekalou soutěží porušena, tedy jak soutěžitelé tak spotřebitelé. Pokud se spotřebitel domáhá, tam kde je to možné, práva, aby se rušitel jednání nekalé soutěže zdržel nebo odstranil závadný stav, musí rušitel prokázat, že je jednání nekalé soutěže nedopustil. To platí i pro povinnost k náhradě škody, pokud jde o otázku, zda škoda byla způsobena jednáním nekalé soutěže, a pro právo na přiměřené zadostiučinění a na vydání neoprávněného majetkového prospěchu. Žalobce, tedy i spotřebitel však musí prokázat výši způsobené škody, závažnost a rozsah jiné újmy, povahu a rozsah bezdůvodného obohacení.

Výše popsané nekalosoutěžní jednání může být v určitých souvislostech považováno za jednání trestné. Trestní zákon zná trestný čin nekalé soutěže, podle něhož bude potrestán každý, kdo jednáním, které je v rozporu s předpisy upravujícími soutěž v hospodářském styku nebo se zvyklostmi soutěže, poškodí dobrou pověst nebo ohrozí chod nebo rozvoj podniku soutěžitele. Prvorepubliková judikatura považovala za nekalosoutěžní jednání např. sdělování nepravdivých údajů, jež jsou způsobilé působit na zákazníky, aby dali přednost jedné skupině soutěžitelů před druhou. Rozbor trestněprávní problematiky nekalé soutěže a ochrany spotřebitele, jež je specifická mimo jiné charakterem blanketní trestně právní normy, je otázkou natolik širokou, že není možné se jí nyní dostatečně věnovat, ale v některém z příštích článků jistě nalezne větší prostor.

Právní úprava nekalé soutěže obsažená v obchodním zákoníku je úpravou soukromoprávní, tzn. že samy dotčené osoby musí svá práva uplatnit a ve sporu potom vystupují obě sporné strany jako rovnocenní partneři. Český právní řád stejně jako jiné vyspělé právní řády však obsahuje také právní normu veřejnoprávního charakteru, jež umožňuje dohled nad dodržováním pravidel vedoucích k ochraně spotřebitele a tím se snaží vyrovnat postavení spotřebitele, jenž je ve vztahu k obchodníkovi ve zcela zřetelném slabším postavení ač se z hlediska práva jedná o dva rovnocenné partnery, jež se chystají uzavřít soukromoprávní smlouvu např. o koupi. Jedná se o zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, jenž stanoví některé podmínky podnikání významné pro ochranu spotřebitele, úkoly veřejné správy v oblasti ochrany spotřebitele a oprávnění spotřebitelů, sdružení spotřebitelů nebo jiných právnických osob založených k ochraně spotřebitele. Zákon o ochraně spotřebitele používá vlastní definici spotřebitele, jímž je fyzická nebo právnická osoba, která nakupuje výrobky nebo užívá služby za jiným účelem než pro podnikání s těmito výrobky nebo službami. Ustanovení § 8 zákona o ochraně spotřebitele obsahuje právní úpravu zakazující klamání spotřebitele. Podle ní je zakázáno klamat spotřebitele, zejména uvádět nepravdivé, nedoložené, neúplné, nepřesné, nejasné, dvojsmyslné nebo přehnané údaje anebo zamlčet údaje o skutečných vlastnostech výrobků nebo služeb či úrovni nákupních podmínek. Co se týče vztahu tohoto veřejnoprávního předpisu a soukromoprávní úpravy nekalé soutěže v obchodním zákoníku, nedochází ke konkurenci mezi těmito právními předpisy, oba mají svůj vlastní život, a obecná úprava nekalé soutěže tak není zákonem o ochraně spotřebitele vůbec dotčena.

A jaké sankce může obchodník očekávat za porušení předpisu o ochraně spotřebitele, ustanovení o zákazu klamání spotřebitele? Vedle negativní reklamy a snad i odlivu zákazníků, může očekávat také postih od kontrolního orgánu České obchodní inspekce a příslušného živnostenského úřadu. Za porušení povinností stanovených zákonem může být uložena pokuta až do výše 1 000 000 Kč, za opakované porušení povinností v průběhu jednoho roku lze ukládat pokutu až do výše 2 000 000 Kč. Do výše 5000 Kč lze uložit pokutu v blokovém řízení, je-li porušení povinnosti spolehlivě zjištěno a osoba, která povinnost porušila, je ochotna blokovou pokutu zaplatit. Výnos pokut je příjmem státního rozpočtu České republiky. Uložením pokuty samozřejmě není dotčena povinnost k náhradě škody.

Jak již bylo zmíněno, zákon o ochraně spotřebitele stanoví určitá oprávnění spotřebitelů, sdružení spotřebitelů a jiných právnických osob založených k ochraně spotřebitele. Tato sdružení mají podle zákona iniciační právo, tzn. jsou oprávněna činit podněty orgánům veřejné správy v souvislosti s plněním jejich úkolů . Orgány veřejné správy, které tyto podněty obdrží, jsou povinny informovat sdružení o jejich vyřízení bez zbytečného odkladu (právo na odpověď), nejpozději však do dvou měsíců od obdržení podnětu.

Veřejnoprávní ochrana spotřebitele je pro spotřebitele-poškozeného méně náročnější než ochrana soukromoprávní, jelikož se od něj nevyžaduje ani iniciativa, ani odborné znalosti. Nemá však na druhou stranu žádný nárok na dohled a kontrolu nad celou věcí, nechrání totiž ze své právní podstaty jednotlivce, ale obecně všechny spotřebitele. Není zde žádný nárok na provedení ochrany a vše je v podstatě na vůli a na ochotě příslušných orgánů. Spotřebiteli také z veřejnoprávní ochrany naproti té soukromoprávní neplyne žádné konkrétní odčinění. Výhodou uplatnění ochrany veřejnoprávními instituty je rychlost provedení ochrany, udělení dostatečné sankce, sjednání nápravy.

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

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

Další články:

- Rozhovor s JUDr. Veronikou Janoušek Rudolfovou, samostatnou advokátkou specializující se na sportovní právo
- Předběžné opatření jako nástroj ochrany vlastníka nemovitosti
- Svěřenský fond v holdingových strukturách
- Povolení kamerového systému s identifikací osob na letišti
- Změna poddodavatele v průběhu zadávacího řízení
- Environmentální tvrzení společností v hledáčku EU: Jak se vyhnout greenwashingu a obstát v nové regulaci?
- Transparentní odměňování
- K osobnímu příplatku v platové sféře
- Odvolání vedoucího zaměstnance z funkce a některé související otázky z HR praxe
- AIFMD II v České republice: Schvalovací proces a co čeká investiční společnosti
- Jak fungují plánovací smlouvy v reálných situacích (1. díl)