

2. 6. 2014

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

„Zlevněné“ zboží a služby na slevových portálech a ochrana spotřebitele

Problematika slevových portálů je na českém trhu stále aktuální. I přes potíže některých společností, které neustály konkurenční boj, je tento způsob nakupování spotřebitelů velmi častý. Přináší s sebou pro provozovatele i určité sankce a rizika.



Ochrana spotřebitele je specifickou oblastí, která je pokryta velkým množstvím evropských směrnic. Problematika nákupu na slevových portálech je však regulována jen částí z nich (např. směrnicí Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu). Způsob prodeje na slevových portálech spočívá v tom, že podnikatel nabídne na portálu určitou službu (nebo zboží), přičemž nabídka se aktivuje většinou teprve v okamžiku, kdy si tuto službu koupí určité množství zákazníků. Tento způsob prodeje umožní podnikateli prodat službu (zboží) v daném množství a má tedy garantovaný určitý zisk, většinou však tento způsob prodeje slouží (nebo spíše měl by sloužit) jako „levný“ způsob propagace zboží nebo služby podnikatele.

Jedním z problematických aspektů tohoto prodeje je proklamace přehnaně nízké ceny. Podnikatel záměrně předstírá, že je cena na slevovém portálu pro spotřebitele velmi výhodná v porovnání s „původní“ cenou tím, že vedle nové „zlevněné“ ceny ukazuje rovněž cenu „původní“, která je o mnoho vyšší. Problém je především v tom, že spotřebitel, který nakupuje na těchto portálech, je často excitován cenou a výší slevy, a rovněž je částečně limitován časem, který má na rozhodnutí. U většiny nabídek totiž běží doba, po kterou je nabídka ještě k mání, přičemž čas na rozhodnutí se spotřebiteli může zdát krátký. Mnoho spotřebitelů proto ztrácí obezřetnost a kupuje zboží nebo výrobky, aniž by si provedli alespoň malý „průzkum trhu“ a zjistili, zda se skutečně jedná o výhodnou nabídku čili nic. Podnikatel rovněž v mnoha případech sám těsně před nabídkou na slevovém portálu neúměrně zvýší cenu za toto konkrétní zboží tak, aby to skutečně vypadalo, že nabídka je zlevněná např. 50 procenty. Když si však spotřebitel zadá např. do srovnávače cen stejné zboží, zjistí, že takto vysokou cenu „před slevou“ má pouze tento podnikatel, většina ostatních se pak na srovnávacích portálech pohybuje v cenové výši srovnatelné s onou „zlevněnou“ nabídkou na slevovém portálu.

Soukromé právo je samozřejmě vedeno základní zásadou autonomie vůle, kam spadá i možnost stanovit si cenu (ať už obvyklou nebo mimořádnou) za své služby nebo zboží, pokud to není regulováno veřejnoprávními předpisy (zák. č. [526/1990](#) Sb., o cenách). Na co se však často zapomíná, je fakt, že spotřebitel je chráněn zákonem č. [634/1992](#) Sb., o ochraně spotřebitele, dle jehož § 11 je prodávající nebo poskytovatel služby povinen informovat spotřebitele v souladu s cenovými předpisy, a informace o ceně nebo okolnost, že informace je neúplná anebo chybí, nesmí zejména vzbuzovat zdání, že je cena nižší, než jaká je ve skutečnosti. Uvádění nesprávné ceny, včetně úmyslného zvyšování ceny před ohlášeným slevovým „trhákem“, může být považováno rovněž za nekalou obchodní praktiku dle § 4 tohoto zákona, neboť jde o jednání podnikatele vůči

spotřebiteli, které je v rozporu s požadavky odborné péče a je způsobilé podstatně ovlivnit spotřebitelovo rozhodování tak, že učiní obchodní rozhodnutí, které by jinak neučinil.

Dle § 5 je jednou z nekalých obchodních praktik i klamavá obchodní praktika, kdy podnikatel užije nepravdivý údaj, což by se na slevovém portálu mohlo stát v případě, že by podnikatel inzeroval zlevněné zboží nebo službu a přitom by ji za stejnou cenu nabízel i v rámci své ostatní obchodní činnosti (např. na svých vlastních webových stránkách). Za klamavou obchodní praktiku se dále považuje rovněž jednání, kdy podnikatel sice uvede důležitý údaj, který je sám o sobě pravdivý, takový údaj ale může uvést spotřebitele v omyl vzhledem k okolnostem a souvislostem, za nichž byl užit, přičemž za důležitý údaj se mj. považuje rovněž údaj o ceně výrobku a služeb. Do této kategorie by tedy mohlo spadat jednání, kdy podnikatel neúměrně zvýší cenu před prodejem na slevovém portálu, jen aby mohl zákazníkům „garantovat“ vyšší určité slevy. **Za jednání, které je kvalifikováno jako nekalá obchodní praktika, může být podnikateli uložena v rámci správního řízení pokuta až 5 000 000 Kč.**

Ze soukromoprávních sankcí se nabízí ustanovení o omylu. Dle § 583 OZ pokud jednal někdo v omylu o rozhodující okolnosti a byl-li v omyl uveden druhou stranou, je právní jednání (relativně) neplatné. Mezi rozhodující okolnosti patří hlavní skutečnosti právního vztahu, jako jsou skutečnosti týkající se subjektu, objektu nebo obsahu právního vztahu, takže cena bude patřit právě mezi tyto hlavní skutečnosti. K tomu, aby se ale jednalo o právně relevantní omyl, musí být nejen pro právní jednání kauzální (tedy kdyby o tom jednajícím věděl, pak by takto nejednal - v našem případě by kupující smlouvu neuzavřel), ale rovněž se musí přičíst ještě jedno kritérium, a to omluvitelnost omylu. Dle judikatury Nejvyššího soudu ČR nejde o omluvitelný omyl, byl-li omyl jednajícím osobou zaviněn její nedbalostí při využití možnosti ověřit si skutečnosti rozhodné pro uskutečnění zamýšleného právního úkonu. Tj. jinak řečeno, o omyl, který lze omluvit, nepůjde tehdy, měla-li jednajícím osoba, možnost se takovému omylu vyhnout vlastní pečlivostí při seznání skutečností pro uskutečnění právního úkonu rozhodujících. Nelze totiž akceptovat, že by se bylo lze účinně dovolat neplatnosti pro omyl za situace, kdy by omylu se dovolávající osoba zanedbala pro ni ve věci objektivně existující možnost přesvědčit se o pravém stavu věci, a bez příčiny se ve svém úsudku nechala mylně ovlivnit případnými dojmy, náznaky řešení, resp. hypotézami o vlastnostech předmětu zamýšleného právního úkonu (viz rozsudek Nejvyššího soudu ČR ze dne 19. prosince 2002, sp. zn. 30 Cdo 1251/2002).

V tomto případě si tedy lze jen těžko představit, že by spotřebitel úspěšně vznesl námitku neplatnosti omylu, a to z důvodu, že porovnání ceny na slevovém portálu a ostatních obchodech prodávajících srovnatelné zboží na internetu (nebo zjištění ceny zboží jiných prodávajících jiným způsobem) je v dnešní době poměrně jednoduchou záležitostí a nepředstavuje tak pro spotřebitele nějakou zvláštní překážku.

Hlavním strašákem tak pro podnikatele zůstane zejména výše zmíněná hrozba správního deliktu a uložené pokuty. Je rovněž otázkou, zda se takový podnikatel nedopouští porušování generální klauzule nekalé soutěže ve vztahu k jiným soutěžitelům (např. tím, že si kupující ve srovnání s ostatními nabídkami, vyberou právě tohoto podnikatele, přestože podnikatele inzerovaná cena není výhodnější oproti jiným soutěžitelům).

Legislativu v této oblasti je tedy důležité dodržovat s ohledem na možné sankce uvedené výše.



JUDr. Blanka Vítová, Ph.D., LL.M.,
of counsel

[DOHNAL PERTOT SLANINA | advokátní kancelář](#)
HRADEC KRÁLOVÉ | OLOMOUC | PRAHA

Komenského 266/3, Hradec Králové
Schweitzerova 84/50, Olomouc
Matoušova 515/12, Praha

Tel.: +420 493 814 900
Fax: +420 493 814 899
e-mail: info@akdps.cz

© EPRAVO.CZ - Sběrka 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 - nález 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](#)