



KINSTELLAR

Spotřebitelská novela

Leden 2023

6. ledna 2023 začne platit tzv. „velká spotřebitelská novela“ občanského zákoníku a zákona o ochraně spotřebitele, která výrazně posiluje postavení spotřebitelů, reaguje na digitální technologie a přináší řadu změn zejména pro podnikatele v oblasti e-commerce („Novela“).

Novela rovněž zavádí vysoké pokuty za nedodržování nových pravidel (v řádech milionů korun, někde až 4 % z celkového ročního obrátu). V této souvislosti je nyní nejvyšší čas přenastavit nákupní procesy a upravit právní dokumenty, zejména obchodní podmínky, reklamační řády a informace na webových stránkách.

S úpravou dokumentace, nastavením procesů či výkladem nových pravidel Vám rádi pomohou naši specialisté, kteří shrnují nejvýznamnější změny v materiálu níže.



Tlačítko pro objednávku

Spotřebitel musí být nově v průběhu objednávky výslovně seznámen s tím, kdy se objednávkou zavazuje k zaplacení. V praxi proto **bude potřeba změnit objednávací tlačítko** v rámci objednávkových formulářů a označit je snadno čitelným nápisem „**Objedávka zavazující k platbě**“ **nebo jinou odpovídající jednoznačnou formulací**. Nesplní-li podnikatel tuto povinnost, může se spotřebitel domáhat neplatnosti uzavřené smlouvy. Pokud tlačítko zůstane v původním znění a spotřebitel se nebude domáhat neplatnosti smlouvy, objednávka platí. V takovém případě však podnikateli hrozí uložení pokuty ze strany České obchodní inspekce („ČOI“).



Slevové akce

Novela rovněž zavádí pravidla pro provádění slevových akcí, a to jak v kamenných prodejnách, tak při prodeji zboží či služeb online. Výrazně omezuje praktiky, kdy obchodníci před spuštěním slevové akce uměle navýšili cenu zboží, jen aby se vzápětí nabídnutá sleva zdála vyšší, než ve skutečnosti je.

Pokud nabízíte zboží se slevou, musíte nově u zboží **uvést také nejnižší cenu, za kterou jste zboží prodávali v posledních 30 dnech před poskytnutím slevy**. Pokud zboží zlevňujete postupně, musíte při uvádění informace o nejnižší ceně vycházet z částky, ze které byla sleva vypočítána poprvé.

Tato informační povinnost se nevztahuje například na výrobky podléhající rychlé zkáze a výrobky s krátkou dobou spotřeby, věrnostní programy nebo kombinované či vázané podmíněné nabídky (např. akce 2+1 zdarma, 15% sleva při nákupu tří výrobků apod.).

Za nedodržení pravidel pro slevy bude hrozit pokuta až 5 milionů Kč.



Pravidla pro zákaznické recenze

Pokud prodávající zveřejňuje na e-shopu nebo sociálních sítích spotřebitelské recenze či doporučení, musí spotřebitele transparentně a srozumitelně informovat o tom, že zveřejněná spotřebitelská recenze skutečně pochází od zákazníka, který zboží či službu skutečně použil nebo si je zakoupil.

Jinými slovy, **pokud chcete nadále uvádět spotřebitelské recenze** na svém e-shopu, budete muset **nastavit proces pro ověření, zda taková recenze skutečně pochází od kupujících, kteří si Vaše zboží či službu koupili, a o takovém procesu zákazníky informovat**. Pro nastavení takového procesu existuje více možností, ať už umožnění podání recenze pouze uživatelům přihlášeným přes uživatelský profil, nebo proklik na link zasláný zákazníkovi e-mailem apod.

Zveřejňování nebo zkraslování spotřebitelských recenzí nebo doporučení je **nekalou obchodní praktikou**, za kterou hrozí uložení **pokuty až do výše 5 milionů Kč**. Spotřebitel má v takovém případě rovněž možnost odstoupit od smlouvy ve lhůtě 90 dnů od jejího uzavření nebo požadovat slevu v rozsahu odpovídajícím povaze a závažnosti nekalé obchodní praktiky.



Personalizované ceny

Pokud na webu přizpůsobujete ceny zákazníkům na základě automatizovaného rozhodování (např. pomocí cookies nebo dle historie objednávek), **musíte je o personalizaci cen informovat před uzavřením smlouvy**. Tato povinnost byla odůvodněna praxí obchodníků, kteří sledují a profilují spotřebitele na základě automaticky ukládaných dat o jejich chování. Velmi doporučujeme rovněž prověřit, zda máte tento proces ošetřený z pohledu předpisů o ochraně osobních údajů (zejména zda je informace o personalizaci zahrnuta ve Vaší privacy policy apod.).



Online tržiště

Novela rovněž zavádí pravidla pro online tržiště, tj. portály umožňující spotřebitelům uzavírání smluv na dálku s jinými obchodníky nebo spotřebiteli (např. eBay, Amazon nebo Booking.com).

Poskytovatelé online tržiště budou muset mj. spotřebitele **transparentně a srozumitelně informovat, na základě jakých hlavních parametrů jsou na webu řazeny nabídky zboží či služeb** a o jejich relativním poměru k jiným parametrům vyhledávání. Tuto informaci **nelze jen tak „schovat“ do všeobecných obchodních podmínek**, ale musí být **viditelně umístěna přímo u výběru produktů či služeb na webu**. Dále musí poskytovatel on-line tržiště **informovat o tom, zda je či není třetí strana nabízející výrobky či služby podnikatelem**. Tato informace je pro spotřebitele důležitá z hlediska rozsahu práv, která může vůči danému subjektu uplatnit. Pokud prodávající podnikatelem není, nevztahuje se na spotřebitele řada spotřebitelských práv, které má vůči podnikateli.

Výše uvedené informace se považují za podstatné a jejich **absence je** klasifikovatelná jako **nekalá obchodní praktika**, za kterou hrozí uložení **pokuty** od ČOI až do výše **5 milionů Kč**.



Písemný návod

Dosavadní úprava vyžadovala „příložen“ **písemného návodu k výrobku**. Toto ustanovení často bylo předmětem výkladových sporů, zvláště u subjektů působících na více trzích, kteří se v praxi dotazovali, zda je opravdu nutné v moderní digitální době k výrobku přikládat návod na papíře nebo zda postačí odkázat na návod v elektronické podobě (např. odkazem na webovou stránku).

Tento **požadavek je zrušen** a nově **postačí** poskytnutí návodu spotřebiteli **na trvalém nosiči dat**. V listinné podobě je prodávající povinen návod poskytnout jen pokud o to spotřebitel požádá a není-li to nepřiměřené.



Změna podmínek pro vyzkoušení zboží zakoupeného v e-shopu

14denní doba pro odstoupení od smlouvy na zboží zakoupené přes e-shop zůstává zachována. Dosud nicméně platilo, že zákazník mohl zboží po tuto dobu zkoušet a prodejcem se tak vracelo nepoužitelné a znehodnocené zboží. Nově si **zákazník může zboží vyzkoušet, ale pouze tak, aby se seznámil s jeho povahou, vlastnostmi a funkčností**. Nesmí tedy zboží použít opakovaně, aby se zamezilo jeho poškození.



Aktualizace reklamačních řádů

Novela rovněž zásadně mění pravidla pro vyřizování reklamací a je proto **potřeba aktualizovat reklamační řád a přenastavit některé procesy**.

Zákonná záruka dle nových pravidel **končí** a prodávající se nyní bude moci sám rozhodnout, zda záruku spotřebiteli poskytne.

Dle Novelty se bude zkoumat, zda zboží v době jeho převzetí zákazníkem již mělo vadu. **Pokud se vada projeví do 1 roku od převzetí zboží zákazníkem (dosud tato doba byla 6 měsíců)**, platí domněnka, že věc byla vadná již při převzetí a **prodejce tak má povinnost prokázat zákazníkovi, že vada se objevila až později a při převzetí zboží spotřebitelem neexistovala** (což je v praxi velmi složité). Pokud prodejce neprokáže, že za vadu může zákazník, bude muset poškozené zboží opravit či dodat nové.

Jestliže se vada na zboží projeví po této roční lhůtě do 2 let od převzetí zboží, obrací se důkazní břemeno na zákazníka a zákazník musí prokázat, že vada nevznikla jeho vinou, ale byla přítomna již v době předání zboží. Na základě prokázání pak prodejce uzná, či neuzná reklamaci.

Mění se rovněž způsoby vyřizování reklamací. Kupující bude mít primárně nárok dle své volby na dodání nové věci bez vady nebo na opravu věci.

Kupující může požadovat přiměřenou slevu nebo odstoupit od smlouvy, pokud

- prodávající vadu odmítl odstranit nebo ji neodstranil;
- se vada projeví opakovaně;
- je vada podstatným porušením smlouvy;
- je z prohlášení prodávajícího nebo z okolností zjevné, že vada nebude odstraněna v přiměřené době nebo bez značných obtíží pro kupujícího.

Reklamacie včetně odstranění vady musí prodávající vyřídit a spotřebitel o tom musí být informován nejpozději do 30 dnů od jejího uplatnění, pokud se prodávající nedohodne se spotřebitelem na delší lhůtě. Pokud prodávající reklamaci v této lhůtě nevyřídí, má spotřebitel právo odstoupit od smlouvy nebo požadovat přiměřenou slevu.



Posílení informační povinnosti

Novela přidává **další informace, které musí podnikatel spotřebiteli sdělit před uzavřením smlouvy** (ideálně v obchodních podmínkách či viditelně přímo na webu). Takovými jsou např. telefonní číslo a sídlo podnikatele, údaj o poprodejním servisu, údaj o přizpůsobení ceny osobě spotřebitele na základě automatizovaného rozhodování, byla-li cena takto přizpůsobena apod.

Na některé údaje musíte navíc spotřebitele upozornit před učiněním objednávky jasným a výrazným způsobem (např. na celkovou cenu a náklady na dodání, dobu trvání závazku a podmínky ukončení závazku, má-li být smlouva uzavřena na dobu neurčitou nebo je sjednáno automatické prodloužení smlouvy apod.).

Za nedodržení informační povinnosti hrozí pokuta až do výše 5 milionů Kč.



Zpřísnění podmínek pro uzavírání smluv po telefonu

V budoucnu **lze pravděpodobně očekávat pokles telefonických nabídek mířených zejména na seniory a skupiny zranitelných spotřebitelů.** Dle nových pravidel bude smlouva po telefonu uzavřena až poté, co spotřebitel obdrží od podnikatele text smlouvy a podnikatelem učiněnou nabídku podepíše nebo projeví svůj souhlas v elektronické podobě.



Nová úprava digitálního obsahu a digitálních služeb

Digitálním obsahem jsou data vytvořená a poskytovaná v digitální podobě. Toto zahrnuje například audio či video soubory, počítačové programy, aplikace, digitální hry, e-knihy etc.

Digitální služba umožňuje spotřebiteli s digitálním obsahem zacházet (uchovávat jej, ukládat, upravovat, umožnit k němu přístup apod.). Typicky se jedná o služby sdílení videí, sociální média apod.

Nová pravidla se budou vztahovat pouze na poskytování digitálního obsahu nebo digitálních služeb za odměnu (tedy nejen za peníze, ale nelze například vyloučit poskytnutí služby digitálního obsahu za osobní údaje spotřebitele o svém pohybu na platformě).

Novela k poskytování digitálního obsahu stanoví mnoho nových pravidel. Z nejvýznamnějších lze například zmínit povinnost poskytovatele zpřístupnit uživateli nejnovější verzi digitálního obsahu dostupnou v době uzavření smlouvy, poskytování ujednaných a rovněž nezbytných aktualizací nebo pravidla o odpovědnosti za vady digitálního obsahu.



Pokud máte zájem o další informace, kontaktujte:



Petr Bratský
Vedoucí advokát

petr.bratsky@kinstellar.com



Karla Rundtová
Partner

karla.rundtova@kinstellar.com

Emerging Europe and Central Asia's Leading Independent Law Firm

With offices in 11 jurisdictions and over 350 local and international lawyers, we deliver consistent, joined-up legal advice and assistance across diverse regional markets – together with the know-how and experience to champion your interests while minimising exposure to risk.

ALMATY | KAZAKHSTAN

ASTANA | KAZAKHSTAN

BELGRADE | SERBIA

BRATISLAVA | SLOVAKIA

BUCHAREST | ROMANIA

BUDAPEST | HUNGARY

ISTANBUL | TURKEY

KYIV | UKRAINE

PRAGUE | CZECH REPUBLIC

SOFIA | BULGARIA

TASHKENT | UZBEKISTAN

ZAGREB | CROATIA

KINSTELLAR