

# **Ochrana spotřebitele v právu EU**

**2019**

# Ochrana spotřebitele obecně

- ochrana trhu – USA 60. let
- EHS: počátky v 70. letech
- pojem spotřebitele
- spotřebitelská smlouva
- Maastricht (1993) – nová politika ochrany spotřebitele v ES
- dnes: čl. 169 Smlouvy o fungování EU

# Složky ochrany spotřebitele

- ochrana **bezpečnosti a zdraví**
- ochrana **ekonomických zájmů**
- **informovanost** - právo na informace
- právo **sdužovat se** na ochranu svých zájmů
  
- **Právní metoda: harmonizace**  
vnitrostátních předpisů pomocí směrnic

# Předmět ochrany podrobněji – praktické ukázky

- zdraví spotřebitele
- pozice spotřebitele v právním vztahu (zneužívání postavení silnějšího)
- kvalita, cena poskytovaného zboží, služeb
- distribuční praktiky (nabídka, forma prodeje, reklama)
- informace všeho druhu
- finanční toky (úvěry, leasing)
- nestandardní situace na straně poskytovatele (úpadek CK)

# O B E C N Ě P Ř E H L E D Y

# Nástroje veřejnoprávní regulace ochrany spotřebitele

- 1. **licence** (předběžné zajištění kvality)
- 2. **pokuty** - bez přímého užitku pro spotřebitele
- 3. **trestně právní** sankce - závažné poškození spotřebitele
- 4. **správní sankce** – zabavení zboží (padělky)

# Nástroje soukromoprávní regulace ochrany spotřebitele

- 1. **kogentní** ustanovení občanskoprávních předpisů - omezení smluvní svobody
- 2. **neplatnost** smlouvy, **odstoupení** od smlouvy
- 3. **odpovědnost – náhrada škody**
- 4. **důkazní břemeno** – (objektivní odpovědnost)
  
- **procesní:**
  - 1. **pravomoc, příslušnost**
  - 2. aktivní legitimace **spotřebitelských organizací**

# Stadia ochrany spotřebitele

- 
- A diagram illustrating the stages of consumer protection. A horizontal line with two arrows pointing right is positioned at the top. Below the line, the word 'předsmluvní' is on the left, 'kontraktace' is in the middle, and 'posmluvní' is on the right. Below 'předsmluvní' is the text 'proces uzavírání smlouvy'. Below 'posmluvní' is the text 'po uzavření smlouvy'.
- předsmluvní                      kontraktace                      posmluvní
  - **předsmluvní**  
   **proces uzavírání smlouvy**  
  
   **po uzavření smlouvy**
  - **Předsmluvní:**
    - informovanost (rozhodování spotřebitele)
    - zdraví
    - reklama



# PŘEDSMLUVNÍ STADIUM

- **INFORMOVANOST (rozhodování spotřebitele) A INICIACE KE KOUPI**
- **KLAMAVÁ A SROVNÁVACÍ REKLAMA**
- *(DISTRIBUČNÍ PRAKTIKY - formy prodeje)*
- *(NEKALÉ OBCHODNÍ PRAKTIKY - vnucování)*
- **Předmět spotřeby: OCHRANA ZDRAVÍ A MAJETKU (bezpečnost)**

# KONTRAKTAČNÍ STADIUM (vlastní prodej)

- **SPOTŘEBITELSKÉ SMLOUVY**
- **DISTRIBUČNÍ PRAKTIKY (formy prodeje)**
- **NEKALÉ OBCHODNÍ PRAKTIKY (vnucování)**

# POSMLUVNÍ STADIUM

- **Možnost odstoupení od smlouvy**
- **OCHRANA PO UZAVŘENÍ SMLOUVY (ZÁRUKA)**
- práva z odpovědnosti za vady
- úpadek poskytovatele plnění

# **JEDNOTLIVÉ SLOŽKY OCHRANY SPOTŘEBITELE**

# 1. Ochrana života a zdraví spotřebitele

- **a) ODPOVĚDNOST ZA VÝROBEK** - sm. 85/374
  - problémy s implementací
    - objektivní odpovědnost (bez zavinění)
    - *řeší následky*
- **b) VŠEOBECNÁ BEZPEČNOST VÝROBKŮ** - sm. 92/59, 2001/95
  - základní požadavky na bezpečnost výrobků
  - *prevence*

# Ochrana života a zdraví spotřebitele – pokrač.

- c) sm. 87/357 – zákaz prodeje napodobenin potravin

Členské státy učiní veškerá opatření nezbytná pro **zákaz uvádění na trh**, dovozu a výroby i vývozu výrobků, **které nejsou potravinami**, mají však tvar, vůni, barvu, vzhled, obal, označení, objem nebo rozměry, které mohou způsobit, že spotřebitelé, zejména děti, **je zamění s potravinami** a v důsledku toho je mohou vložit do úst, cucat nebo spolknout, což by mohlo být nebezpečné a způsobit například dušení, otravu nebo perforaci či zablokování zažívacího ústrojí.

# Ochrana života a zdraví spotřebitele – pokrač.

- d) množství směrnic regulujících prodej nebezpečných a rizikových výrobků a chránících zdraví vč. zvláštních kategorií spotřebitelů (děti) – příklady:
  - 88/378 – bezpečnost hraček
  - 90/496 – nutriční označování potravin
  - 96/74 – označování textilních výrobků
  - 2000/13 – označování potravin
  - 2001/37 – prodej tabákových výrobků

## **2. Ochrana ekonomických zájmů**

- **SPOTŘEBITELSKÉ SMLOUVY**
- **DISTRIBUČNÍ PRAKTIKY (formy prodeje)**
- **KLAMAVÁ A SROVNÁVACÍ REKLAMA**
- **NEKALÉ OBCHODNÍ PRAKTIKY (vnucování)**
- **OCHRANA PO UZAVŘENÍ SMLOUVY (ZÁRUKA)**



# Spotřebitelské smlouvy - 1

## UZAVÍRÁNÍ SMLOUVY - prekonsensuální nástroje:

- - ovlivňování ekonomického rozhodování spotřebitele
  - - s kým smlouva
  - - o čem (předmět)
- Právní regulace smluvní volnosti
  - - ekonomická převaha poskytovatelů
- **SPOTŘEBITELSKÉ SMLOUVY OBECNĚ - *směrnice 93/13***
- věcná působnost: všechny spotřebitelské smlouvy.
- definice spotřebitelské smlouvy: stranou je spotřebitel (osobní spotřeba)

# Spotřebitelské smlouvy - 2

- **VADY – NEROVNÉ PODMÍNKY**
- - rozpor s dobrou vírou
- - podstatný a neospravedlnitelný nepoměr mezi právy a povinnostmi stran
- - zásada contra preferentem (= výklad nejasností ve prospěch spotřebitele)
- - černá listina jen demonstrativní, nekonkrétní směrnice
- - písemné smluvní podmínky musí být formulovány jasně a srozumitelně bez kapciózních formulací
  - výhled na moře
- sankce: nezávaznost ustanovení pro spotřebitele,
  - zakázané smluvní podmínky: pokuta, zveřejnění rozsudku v tisku

# Spotřebitelské smlouvy - 3

- **příloha - černá listina (nekalé smluvní podmínky):**
- **závažnost dohody pro spotřebitele**, zatímco prodávající nebo poskytovatel váže plnění služeb **na podmínku**, jejíž uskutečnění závisí pouze na jeho vlastní vůli;
- požadavek na spotřebitele, který neplní svůj závazek, aby platil **nepřiměřeně vysoké odškodné**;
- **povolení prodávajícímu nebo poskytovateli zrušit smlouvu na základě libovolného uvážení**, jestliže stejné právo není vyhrazeno spotřebiteli;
- možnost, aby prodávající nebo poskytovatel jednostranně **změnil bez pádného důvodu jakékoli vlastnosti výrobku**, který má být dodán, nebo služby, která má být poskytnuta;
- možnost, aby cena zboží byla stanovena v okamžiku dodávky nebo aby prodávající nebo poskytovatel **zvýšil cenu**, aniž by v obou případech dal spotřebiteli odpovídající právo smlouvu zrušit, jestliže je konečná cena příliš vysoká v poměru k ceně dohodnuté při uzavírání smlouvy;
- **vyhrazení práva prodávajícímu určovat, zda dodané zboží nebo poskytnutá služba je v souladu se smlouvou**, nebo vyhrazení výlučného práva prodávajícímu vykládat jakoukoli podmínku smlouvy;
- **zavázání spotřebitele ke splnění všech jeho povinností**, i když prodávající nebo poskytovatel své povinnosti neplní.

# DISTRIBUČNÍ PRAKTIKY OBECNĚ

- **nová směrnice 2011/83** (nahrazuje 85/577 a 97/7)
- - **prodej mimo běžné obchodní místnosti (stánky)**
- - **podomní prodej,**
- - **distanční prodej (internet, dobírka) \***
  
- spotřebitelské úvěry (sm. 2008/48)
- časově dělené užívání (sm. 2008/122)
- „souborné služby“ - cestovní kanceláře - "turistický produkt" (plnění předem nejasné) (sm. 90/314)
- **elektronické obchody – směrnice 2000/31 (týká se komunikace, ne obchodu)**

# KLAMAVÁ REKLAMA

- směrnice 2006/114 o zákazu klamavé reklamy
- dotýká se ekonomických zájmů spotřebitelů a obchodníků
- minimální a objektivní kritéria klamavého charakteru reklamy
- **pojem klamavé reklamy:**
  - může klamat spotřebitele, ovlivňovat jeho ekonomické chování – vlastnosti zboží, výrobce atd.
  - může poškozovat jiného soutěžitele
- zajistit přiměřené a účinné prostředky pro boj proti klamavé reklamě

# SROVNÁVACÍ REKLAMA

- srovnávací reklama - může být prospěšná
  - (upravena sm. 2006/114) (+ superlativní)
- **podmínky přípustnosti:**
  - není klamavá
  - srovnává srovnatelné zboží nebo služby
  - objektivně srovnává charakteristický rys zboží (služby)
  - neznevažuje ochrannou známku jiného soutěžitele
  - ***superlativní reklama***



**Carlsberg**  
Probably the best beer in the world.

[Wallscorner.com](http://Wallscorner.com)



# NEKALÉ OBCHODNÍ PRAKTIKY

- směrnice 2005/29
- účel: zvýšení účinnosti, jistoty, ochrana spotřebitele, soutěžitelů
- Co je nekalá praktika:
  - je v rozporu s požadavky náležité profesionální péče
  - narušuje nebo je schopná narušit ekonomické chování **průměrného spotřebitele,**
  - někdy v rámci specifické skupiny spotřebitelů (děti)
- Typy nekalých obchodních praktik: klamavé nebo agresivní
- **Klamavé obchodní praktiky:**
  - - klamavá jednání
  - - klamavá opomenutí
- **Agresivní obchodní praktiky:**
  - obtěžování, donucování
  - nepatřičné ovlivňování
  - setrvačný prodej



# Průměrný spotřebitel

- má dostatek informací
- je v rozumné míře pozorný a opatrný
- s ohledem na jeho sociální, kulturní a jazykové faktory
  
- handicapované kategorie spotřebitelů
- specifická skupina spotřebitelů: průměrný člen

# *Klamavá obchodní praktika*

- **JEDNÁNÍ (obdoba klamavé reklamy):**
- nepravdivé informace
- klame průměrného spotřebitele, i když je informace pravdivá
- ovlivní jeho chování tak, že jinak by neměl zájem (vábivá reklama, neexistující léčebné účinky)
  
- **OPOMENUTÍ:**
- neposkytnutí důležité informace z hlediska průměrného spotřebitele
- poskytnutá informace není jasná, jednoznačná
  
- **Pojem průměrného spotřebitele:** judikatura Soudního dvora = spotřebitel, který má dostatek informací a je v rozumné míře pozorný a opatrný.

# Agresivní obchodní praktika

zneužívání pozice silnějšího

- nátlak, a to i **bez hrozby nebo použití fyzické síly**
- výsledek: spotřebitel podlehne
- **Obchodní praktiky jsou vždy považovány za agresivní, pokud podnikatel:**
- vytváří dojem, že spotřebitel **nemůže opustit provozovnu** bez uzavření smlouvy,
- **osobně navštíví** spotřebitele v jeho bydlišti, ačkoli je **vyzván k odchodu**,
- **opakovaně** činí spotřebiteli **nevyžádané nabídky** prostřednictvím telefonu, e-mailu aj.
- prostřednictvím reklamy přímo **nabádá děti**, aby si nabízené výrobky koupily nebo aby k jejich koupi přesvědčily dospělou osobu,
- prohlašuje, že pokud si spotřebitel výrobek nebo službu nekoupí, ohrozí tím jeho podnikání, pracovní místo nebo existenci (**soucít**),
- vytváří **klamný dojem, že spotřebitel vyhrál nebo vyhraje**, pokud bude jednat určitým způsobem, ačkoli ve skutečnosti žádná taková výhra nebo výhoda neexistuje.

# Ochrana po uzavření smlouvy

- **směrnice 1999/44** (týká se spotřebního zboží)
- záruční lhůta
- práva z odpovědnosti za vady (výměna zboží, zrušení smlouvy)
- *cestovní kanceláře: povinné pojištění proti úpadku*

# Procesní ochrana – Brusel I

- Článek 16
- 1. **Spotřebitel může podat žalobu** proti smluvnímu partnerovi buď u soudů členského státu, na jehož území má tento smluvní partner bydliště, **nebo u soudu místa, kde má bydliště spotřebitel.**
- 2. **Smluvní partner může podat žalobu** proti spotřebiteli pouze u soudů členského státu, na jehož území **má spotřebitel bydliště.**
- 3. Tímto článkem není dotčeno právo podat vzájemnou žalobu u soudu, u něhož byla podle tohoto oddílu podána původní žaloba.
- Článek 17
- Od ustanovení tohoto oddílu je možné se odchýlit pouze
- **1. dohodou uzavřenou po vzniku sporu,**
- 2. dohodou umožňující spotřebiteli zahájit řízení u jiných soudů než těch, které jsou uvedeny v tomto oddíle, nebo
- 3. dohodou uzavřenou mezi spotřebitelem a jeho smluvním partnerem, kteří mají v době uzavření smlouvy bydliště nebo obvyklý pobyt v témže členském státě, jestliže tato dohoda zakládá příslušnost soudů tohoto členského státu, ledaže by taková dohoda nebyla podle práva tohoto členského státu přípustná.

# *Doplněk pro zajímavost:*

## Použitelnost, minimální trvanlivost

- **Datum použitelnosti (DP, anglicky „Use by Date“)**
- Datum použitelnosti se uvádí slovy „Spotřebujte do...“. Datum se uvádí v předepsaném pořadí – den, měsíc a rok ukončení této doby. Je-li potravina označena dobou použitelnosti, tedy slovy: „Spotřebujte do...“, musí výrobce na obal doplnit i údaje o podmínkách skladování. Doba použitelnosti se používá pro potraviny, které podléhají rychlé zkáze, a musí být proto rychle spotřebovány, např. jogurty a jiné mléčné výrobky, ryby, chlazená drůbež, výrobky studené kuchyně apod.
- ***Potraviny s prošlou dobou použitelnosti se považují za zdravotně závadné a nesmí se v žádném případě uvádět do oběhu.***
  
- **Datum minimální trvanlivosti (DTM, anglicky „Best before“)**
- Datum minimální trvanlivosti se uvádí slovy „Minimální trvanlivost do...“ a opět následuje uvedení dne, měsíce a roku. Pokud je DTM kratší než 3 měsíce, nemusí být na obale uveden rok, pokud je DTM delší než 3 měsíce, ale nepřesahuje 18 měsíců, nemusí být na obale uveden den a pokud je DTM delší než 18 měsíců, nemusí být uveden ani den ani měsíc. DTM se většinou označují potraviny, které se rychle nekazí. Příkladem mohou být konzervy, sušenky, čokoláda, nápoje, těstoviny apod.
- ***Potraviny s prošlou minimální trvanlivostí lze uvádět do oběhu pouze pokud jsou zdravotně nezávadné a pokud jsou jako prošlé označeny a odděleně umístěny.*** (Označení slovem „sleva“, „akce“ není v žádném případě dostačující). Po ukončení data výrobce nezaručuje chuťové kvality výrobku. Odpovědnost za zdravotní nezávadnost potraviny s prošlou dobou minimální trvanlivosti přebírá prodejce.
  
- [http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:i0nj94FyS3sJ:katedry.fmmi.vsb.cz/639/qmag/mj62-cz.pdf+sm%C4%9Brnice+ochrana+spot%C5%99ebitele&hl=cs&gl=cz&pid=bl&srcid=ADGEEESj3b085COy1HZAlid7fllioL68FF6511PK1dXeC1YrHbFeWgMLUNHuEcftokL7qNguLh5z40aAAW4WOr9djLiJyiF0wePjHyXcJ76aqxLnlw-WeUZCo0OV\\_yT1k8ttwiDowCKTx&sig=AHIEtbQjHKdbp-rtqTyFCk5xdyN3\\_DR83A](http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:i0nj94FyS3sJ:katedry.fmmi.vsb.cz/639/qmag/mj62-cz.pdf+sm%C4%9Brnice+ochrana+spot%C5%99ebitele&hl=cs&gl=cz&pid=bl&srcid=ADGEEESj3b085COy1HZAlid7fllioL68FF6511PK1dXeC1YrHbFeWgMLUNHuEcftokL7qNguLh5z40aAAW4WOr9djLiJyiF0wePjHyXcJ76aqxLnlw-WeUZCo0OV_yT1k8ttwiDowCKTx&sig=AHIEtbQjHKdbp-rtqTyFCk5xdyN3_DR83A)