

Vládní návrh

ZÁKON

ze dne 2013,

kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů

Parlament se usnesl na tomto zákoně České republiky:

Čl. I

Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění zákona č. 217/1993 Sb., zákona č. 40/1995 Sb., zákona č. 104/1995 Sb., zákona č. 110/1997 Sb., zákona č. 356/1999 Sb., zákona č. 64/2000 Sb., zákona č. 145/2000 Sb., zákona č. 258/2000 Sb., zákona č. 102/2001 Sb., zákona č. 452/2001 Sb., zákona č. 477/2001 Sb., zákona č. 151/2002 Sb., zákona č. 320/2002 Sb., zákona č. 227/2003 Sb., zákona č. 277/2003 Sb., zákona č. 439/2003 Sb., zákona č. 119/2004 Sb., zákona č. 186/2004 Sb., zákona č. 217/2004 Sb., zákona č. 444/2005 Sb., zákona č. 214/2006 Sb., zákona č. 229/2006 Sb., zákona č. 36/2008 Sb., zákona č. 227/2009 Sb., zákona č. 281/2009 Sb., zákona č. 285/2009 Sb., zákona č. 293/2009 Sb., zákona č. 298/2009 Sb., zákona č. 301/2009 Sb., zákona č. 155/2010 Sb., zákona č. 28/2011 Sb., zákona č. 139/2011 Sb., zákona č. 211/2011 Sb., zákona č. 219/2011 Sb., zákona 468/2011 Sb., zákona č. 221/2012 Sb., zákona č. 238/2012 Sb. a zákona č. 303/2013 Sb., se mění takto:

1. § 20 včetně nadpisu a poznámky pod čarou č. 34 zní:

„Povinnosti související s konáním organizovaných akcí

§ 20

(1) Prodávající, který v rámci organizované akce hodlá prodávat výrobky nebo poskytovat služby, případně je propagovat nebo nabízet, je povinen oznámit České obchodní inspekci údaje podle odstavce 4.

(2) Za organizovanou akci podle odstavce 1 se považuje akce určená pro omezený počet spotřebitelů, kteří na ni byli adresně či neadresně pozváni, a v jejímž průběhu dochází k prodeji výrobků, poskytování služeb nebo k jejich propagaci anebo k jejich nabízení, přičemž není rozhodující, zda je součástí akce též doprava osob účastnících se této akce.

(3) Oznámení podle odstavce 1 musí být učiněno nejpozději 10 pracovních dnů před konáním organizované akce.

(4) Oznámení musí, kromě obecných náležitostí stanovených správním řádem³⁴⁾, dále obsahovat:

- a) adresu místa, kde se prodej výrobků, poskytování služeb, jejich propagace anebo jejich nabízení uskuteční,
- b) datum konání organizované akce včetně jejího předpokládaného časového harmonogramu,

³⁴⁾ § 37 odstavec 2 zákona č. 500/2004 Sb., o správním řízení, ve znění pozdějších předpisů.

- c) identifikaci výrobku nebo služby, jež budou v rámci organizované akce propagovány, nabízeny, prodávány nebo poskytovány,
- d) kopii pozvání k účasti na organizované akci.“.

2. Za § 20 se vkládají nové § 20a a 20b, které včetně poznámky pod čarou č. 35 znějí:

„§ 20a

(1) Prodávající uvedený v § 20 odst. 1 je povinen v každém pozvání k účasti na organizovanou akci podle § 20 vždy prokazatelně, jasně, čitelně a srozumitelně uvést:

- a) adresu místa konání organizované akce, popřípadě jinou přesnou identifikaci místa konání organizované akce,
- b) datum konání organizované akce včetně jejího předpokládaného časového harmonogramu,
- c) identifikaci výrobku nebo služby, jež budou v rámci organizované akce propagovány, nabízeny, prodávány nebo poskytovány,
- d) jméno, sídlo a identifikační číslo osoby, která pořádá organizovanou akci, jde-li o podnikající fyzickou osobu, nebo obchodní firmu, sídlo a identifikační číslo osoby, jde-li o právnickou osobu, a identifikační údaje jejich zástupce, je-li ustaven,
- e) pokud je prodávající osobou odlišnou od osoby pořádající organizovanou akci, též jeho jméno, sídlo a identifikační číslo, jde-li o podnikající fyzickou osobu, nebo obchodní firmu, sídlo a identifikační číslo, jde-li o právnickou osobu, a identifikační údaje jejího zástupce, je-li ustaven.

(2) V případě, že organizovanou akci pořádá jiný podnikatel než prodávající, má povinnost uvést v pozvání k účasti na organizované akci informace podle odstavce 1 tento podnikatel.

§ 20b

(1) Ustanovení § 20 a § 20a se nepoužijí na pořádání veřejných dražeb podle zvláštního zákona³⁵⁾.

(2) V případě akce organizované výlučně za účelem degustace, konzumace a prodeje degustovaných výrobků se ustanovení § 20 a § 20a nepoužijí. To neplatí, je-li součástí takové akce též propagace, nabídka nebo prodej jiných výrobků anebo poskytování jiných služeb.

(3) V případě akce organizované výlučně za účelem individuálního sjednání pojistné smlouvy, penzijního připojištění, investiční služby nebo obchodu na trhu s investičními nástroji se ustanovení § 20 a § 20a nepoužijí.

³⁵⁾ Zákon č. 26/2000 Sb., o veřejných dražbách, ve znění pozdějších předpisů.“.

3. V § 24 se za odstavec 7 vkládají nové odstavce 8 a 9, které znějí:

„(8) Prodávající uvedený v § 20 odst. 1 se dopustí správního deliktu tím, že

- a) neoznámí údaje České obchodní inspekci podle § 20 odst. 1,
- b) neučiní oznámení České obchodní inspekci ve lhůtě podle § 20 odst. 3, nebo
- c) v oznámení České obchodní inspekci podle § 20 odst. 1 uvede nepravdivé nebo neúplné údaje.

(9) Prodávající uvedený v § 20 odst. 1 nebo právnická osoba nebo podnikající fyzická osoba uvedená v § 20a odst. 2 se dopustí správního deliktu tím, že v pozvání k účasti na organizované akci neuvede údaje podle § 20a odst. 1, nebo je uvede nepravdivě nebo neúplně.“.

Dosavadní odstavce 8 až 11 se označují jako odstavce 10 až 13.

4. V § 24 odst. 12 písm. b) se číslo „8“ nahrazuje číslem „10“.

5. V § 24 odst. 12 písm. d) se slova „odstavce 9“ nahrazují slovy „odstavců 8, 9 a 11“.

Čl. II

Účinnost

Tento zákon nabývá účinnosti patnáctým dnem následujícím po jeho vyhlášení.

DŮVODOVÁ ZPRÁVA

I. O b e c n á č á s t

Zhodnocení platného právního stavu

Účelem předkládané právní úpravy je zabránit zneužívání důvěry a zranitelnosti spotřebitelů ze strany neseriózních podnikatelů v průběhu tzv. předváděcích akcí. Jedná se o situace, kdy jsou spotřebitelé zváni na různé zájezdy či jiné tematické akce, během nichž jim jsou nabízeny a zpravidla pod nátlakem či za použití různých klamavých obchodních triků prodávány výrobky, které bývají oproti srovnatelným výrobkům nabízeným v kamenných obchodech několikanásobně předraženy a často nedosahují požadované či inzerované kvality. Navíc při prodeji používají uvedení podnikatelé nejružnější nátlakové praktiky, které zejména v seniorech vyvolávají pocit závazku či vděčnosti, a ti pak koupí výrobky, které by jinak nikdy nekoupili. Nezřídka se také stává, že jsou účastníci takových akcí vystaveni výhrůžkám a jiným formám psychického nátlaku, zaznamenaný byl i fyzický útok.

Zákon o ochraně spotřebitele (zákon č. 634/1992 Sb., v platném znění) nekalé praktiky výše uvedeného typu zakazuje (viz § 4 odst. 3 zákona). Podle § 4 odst. 1 tohoto zákona je obchodní praktika nekalá (klamavá či agresivní), je-li jednání podnikatele vůči spotřebiteli v rozporu s požadavky odborné péče a je způsobilé podstatně ovlivnit jeho rozhodování tak, že může učinit obchodní rozhodnutí, které by jinak neučinil. Za porušení zákazu používání nekalých praktik stanoví zákon v § 24 sankce. Podle tohoto ustanovení mohou kompetentní dozorové orgány uložit pokutu až do výše 5 milionů Kč.

O závažnosti problému užívání klamavých či agresivních obchodních praktik v rámci tzv. předváděcích akcí svědčí výsledky kontrolní činnosti České obchodní inspekce. Ta v roce 2012 provedla 281 kontrol zaměřených na předváděcí akce, přičemž při 204 kontrolách zjistila porušení obecně závazných právních předpisů, což představuje 72,6 % případů. Pokuty uložené za porušování právních předpisů na předváděcích akcích přesáhly v uvedeném období 5,6 milionů Kč. V prvním čtvrtletí roku 2013 provedla Česká obchodní inspekce 113 kontrol, přičemž porušení obecně závazných právních předpisů bylo zjištěno při 92 z nich, tj. v 81,4 %, případů. Dosud uložené pokuty za protiprávní jednání dosáhly výše 5,355 milionů Kč.

Většinu zjištěných porušení zákonů v prvním čtvrtletí 2013 tvořilo prokázané používání některé z forem nekalých obchodních praktik (51,7 %), včetně agresivních. Ty spočívaly zejména ve vytváření klamného dojmu, že spotřebitel vyhrál nebo vyhraje, pokud bude jednat určitým způsobem, ačkoliv ve skutečnosti žádná taková výhra nebo výhoda neexistovala nebo pro její získání musel spotřebitel vynaložit finanční prostředky. Další formy protiprávního jednání v rámci prodeje mimo prostory obvyklé k podnikání spočívaly především v uvádění nepřesných a nepravdivých údajů o výrobcích, jejich ceně a podmínkách koupě, stejně jako neposkytování řádných informací o právu spotřebitele písemně odstoupit od smlouvy uzavřené mimo prostory obvyklé k podnikání v zákonem stanovené lhůtě bez udání důvodu a bez jakékoliv sankce.

Navzdory prováděným kontrolám a uloženým sankcím se nedaří nekalým praktikám na předváděcích akcích dostatečně zamezit. Výsledky kontrol opakovaně potvrzují, že tyto akce stále patří k nejproblematictějšími formám prodeje na území České republiky a nátlak na účastníky předváděcích akcí se zvyšuje. V posledním období vzrostl právě podíl prokázaných

případů užití nekalých obchodních praktik reprezentanty společností, které uskutečňují prodej výrobků či poskytování služeb v rámci předváděcích akcí, a to včetně praktik agresivních. Jednou z příčin tohoto nežádoucího jevu je skutečnost, že se dozorové orgány o předváděcích akcích dozví zpravidla po jejich konání, kdy již nelze jednoznačně a hodnověrně prokázat porušení právních povinností. Celou situaci navíc ztěžuje skutečnost, že řada postižených spotřebitelů se ostýchá či dokonce bojí kompetentním dozorovým orgánům oznámit, že k porušení jejich práv došlo. Je proto třeba, aby dozorové orgány získaly včas přehled o chystaných předváděcích akcích a tím měly možnost provést kontrolu jejich řádného průběhu.

Vysvětlení nezbytnosti navrhované právní úpravy v jejím celku

Cílem předkládané právní úpravy je především zamezení nekalým obchodním praktikám používaným podnikateli, kteří zneužívají objektivní slabosti určité skupiny obyvatel (zejména seniorů), a současně poškozují poctivé a seriózní podnikatele v oblasti přímého prodeje. Cíle by mělo být dosaženo tím, že příslušný dozorový orgán (Česká obchodní inspekce) získá informace o tom, kdy a kde se předváděcí akce koná a co je předmětem nabídky. Na základě této informace bude mít možnost zkontrolovat řádný průběh akce.

Při organizování předváděcích akcí nejsou ze strany podnikatelů poskytovány spotřebitelům pravdivé a úplné informace o účelu organizované akce. Zejména je zatajováno, že se jedná o akci, kde bude nabízeno k prodeji zboží a o jaký druh zboží se jedná. Proto se navrhuje závazně stanovit obsah pozvání na akci.

Závažnost stávajícího protiprávního jednání nepoctivých podnikatelů na předváděcích akcích je umocněna tím, že se zaměřují na seniory, neboť se jedná o skupinu spotřebitelů, kteří jsou zpravidla méně informovaní, důvěřivější a proto snáze manipulovatelní. Odstraněním uvedených praktik se tak dostane odpovídající ochrany této skupině snáze zranitelných spotřebitelů.

Používané praktiky mají navíc závažné společenské dopady, protože se spotřebitelé pod nátlakem zadlužují a tím se mnohdy dostávají do bezvýhodné životní situace.

Prostřednictvím předloženého návrhu bude dosaženo účinnějšího postihování podnikatelů, kteří budou porušovat právní předpisy, zejména se dopouštět nekalých obchodních praktik. Současně se očekává, že navržená úprava bude na podnikatele působit preventivně.

Odůvodnění hlavních principů navrhované právní úpravy

S cílem odstranit výše uvedené obchodní praktiky a jejich negativní dopady na společnost, zejména na seniory jako zranitelnou skupinu spotřebitelů, se předkládá návrh, jenž je založen na následujících pilířích:

1. zavedení ohlašovací povinnosti prodávajících, kteří realizují organizované akce, a to jak v případě, že se taková akce koná mimo obchodní prostory obvyklé k jejich podnikání, tak v případě, že se koná v provozovnách dotčených podnikatelů,
2. stanovení náležitostí pozvání k účasti na organizované akci.

V předkládaném návrhu se stanovuje oznamovací povinnost prodávajícího o konání předváděcí (organizované) akce, během níž bude prodávat výrobky či poskytovat služby nebo je bude propagovat či nabízet, dozorovému orgánu. Návrh určuje náležitosti oznámení a lhůtu

pro jeho učinění, a to 10 pracovních dnů před konáním akce. Tato povinnost platí jak pro prodávající, kteří realizují organizované akce mimo prostory obvyklé k jejich podnikání, tak pro prodávající, kteří realizují takové akce v jejich provozovnách. Cílem zakotvení povinnosti pro druhou zmíněnou skupinu je snaha zamezit obcházení zákona (předloženého návrhu) tím, že by neseriózní obchodníci přestali akce pořádat v místech, jako jsou sály restaurací, hotely, apod., ale organizovali by je ve svých provozovnách, čímž by se vyhnuli ohlašovací povinnosti, přičemž nekalé praktiky používané vůči spotřebitelům by byly v takových případech stejné.

Dále se navrhuje upravit minimální rozsah informací, které musí prodávající nebo podnikatel pořádající akci uvést v každém pozvání na organizovanou akci. Informace musejí být poskytnuty v každém pozvání prokazatelně, jasně a srozumitelně. Tím se zvýší i informovanost spotřebitele, který bude předem seznámen jak s časovým harmonogramem, tak i s předmětem nabídky a prodeje, včetně údajů o prodávajícím nebo o organizátorovi akce. Splnění povinnosti informovat spotřebitele předepsaným způsobem v textu pozvání bude muset prodávající vždy prokázat vůči dozorovým orgánům.

Návrh přitom vychází ze skutečnosti, že obchodní praktiky, které výše uvedení neseriózní podnikatelé uplatňují, jsou postižitelné již podle stávající platné právní úpravy (jedná se zejména o nekalé - agresivní obchodní praktiky) a není proto třeba v tomto smyslu stávající regulaci v oblasti ochrany spotřebitelů rozšiřovat. Rezervy však existují v možnosti vymáhat příslušné povinnosti ze strany kontrolního orgánu, jak je uvedeno výše. Je tedy zřejmé, že je nezbytné najít nástroj, který by výrazně zamezil nepoctivým prodejčům pokračovat v jejich protiprávní činnosti.

Navržená právní úprava by měla napomoci zefektivnit kontrolu této oblasti podnikání a přispět tak ke kultivaci tržního prostředí.

Hodnocení dopadů regulace

Vzhledem k tomu, že předložený návrh představuje technický předpis usnadňující kontrolu a dozor v oblasti nekalých obchodních praktik, přičemž na věcné úpravě nekalých obchodních praktik se nic nemění, nebyla se souhlasem Úřadu vlády ČR k předloženému návrhu zákona vypracována RIA.

Zhodnocení korupčních rizik

Cílem předkládaného návrhu je zintenzívnění kontroly nekalých obchodních praktik; jedná se tedy o předpis technické povahy. Z uvedeného důvodu nejsou shledána žádná korupční rizika, která by měla být vyhodnocena.

Zhodnocení dopadů ve vztahu k ochraně soukromí a osobních údajů

S ohledem na charakter navržených změn nemá předkládaná právní úprava žádný dopad na soukromí a ochranu osobních údajů.

Osnova zákona zakládá nové zpracování osobních údajů – podnikatelů – fyzických osob – kdy správcem je Česká obchodní inspekce. Toto zpracování je nezbytné, protože jinak by účel zákona – zlepšit správní dozor nad nekalými podnikateli – nemohl být naplněn. Česká obchodní inspekce k tomu bude zpracovávat pouze ty osobní údaje, které jsou nezbytné. Vedle identifikačních údajů to budou údaje o konání akce (místo a čas), identifikace výrobku nebo služby a kopie pozvání. Rovněž tak stanovení povinných údajů v pozvání k účasti na

organizované akci je účelné, neboť zlepšuje informovanost pozvaných, což převáží nad zásahem do soukromí podnikatelů – fyzických osob.

Zhodnocení souladu navrhované právní úpravy s ústavním pořádkem České republiky

Předkládaný návrh je v souladu s ústavním pořádkem České republiky, zejména s čl. odst. 2 (státní moc lze uplatňovat jen v případech a v mezích stanovených zákonem, a to způsobem, který zákon stanoví) a s čl. 4 odst. 1 (povinnosti mohou být ukládány toliko na základě zákona a v jeho mezích a jen při zachování základních práv a svobod) Listiny základních práv a svobod.

Zhodnocení souladu navrhované právní úpravy s mezinárodními smlouvami, jimiž je Česká republika vázána, a její slučitelnosti s právem Evropské unie

Předkládaný návrh není v rozporu s mezinárodními smlouvami, jimiž je Česká republika vázána. Návrhem zákona není implementováno právo Evropské unie a ani s ním není v rozporu.

Pokud jde o případnou povinnost členského státu notifikovat národní opatření ve smyslu směrnice Evropského Parlamentu a Rady 98/34/ES ze dne 22. června 1998 o postupu při poskytování informací v oblasti norem a technických předpisů či směrnice Evropského parlamentu a Rady 2006/123/ES ze dne 12. prosince 2006 o službách na vnitřním trhu, lze konstatovat následující.

Ke směrnici 98/34/ES:

Podle názoru předkladatele opatření, jež jsou předmětem navrhované právní regulace, nespádají pod definiční znaky „jiného požadavku“, neboť se nejedná o požadavky kladené na výrobky ve smyslu čl. 1 odst. 4 směrnice. Rovněž je nutné vyloučit zahrnutí pod čl. 1 odst. 11 této směrnice, neboť nejde ani o technické specifikace či jiné požadavky nebo předpisy pro služby (nejedná se o služby informační společnosti ve smyslu této směrnice).

Ke směrnici 2006/123/ES:

Předkladatel se dále domnívá, že navrhovaná právní úprava nesouvisí s problematikou řešenou v čl. 15 odst. 7 této směrnice a nepodléhá tedy nahlašovací povinnosti vůči Evropské komisi. Zmíněný čl. 15 odst. 7 směrnice odkazuje na odstavec 6, který dále odkazuje na odstavec 2 resp. 3 tohoto článku. Předkladatel se nedomnívá, že by předkládaný návrh splňoval některou ze situací tam uvedených.

Při tvorbě navrhované právní úpravy předkladatel pečlivě posuzoval jak tyto otázky, tak i příslušnou judikaturu Soudního dvora týkající se problematiky volného pohybu zboží a služeb.

Předpokládaný hospodářský a finanční dosah a případné další dopady navrhované právní úpravy

Navrhovaná právní úprava nepředpokládá negativní dopad na státní rozpočet ani na ostatní veřejné rozpočty.

V budoucnu nelze vyloučit případnou potřebu navýšit rozpočet České obchodní inspekce, aby mohla zintenzívnit kontroly dle předloženého návrhu a současně aby nebyla omezena její kontrolní činnost v dalších oblastech, kterou vykonává na základě dalších právních předpisů. Toto navýšení je závislé na vývoji tohoto segmentu trhu.

Pokud jde o finanční a administrativní dopady na podnikatelskou sféru, předpokládá se velmi mírné zvýšení administrativní zátěže podnikatelů, avšak pouze podnikatelů realizujících, popřípadě organizujících předváděcí akce. Toto zatížení vyplývá z navržené povinnosti prodávajícího oznámit svou účast na takové akci, její místo a datum konání a předmět prodeje. Vzhledem k tomu, že oznámení není požadováno pouze písemně, ale připouští se též oznámení ústně do protokolu nebo datovou zprávou, která je podepsána uznávaným elektronickým podpisem nebo která je odeslána prostřednictvím datové schránky, faktické zatížení výše vymezeného malého okruhu podnikatelů je naprosto minimální. Navíc je výrazně převáženo pozitivními dopady, které předložený návrh bude znamenat pro společnost.

Za zvýšení administrativní zátěže nelze považovat stanovení povinných náležitostí pozvání k účasti na organizované akci. Každý, kdo takovou akci pořádá, musí zcela jistě mít údaje požadované v pozvání zpracovány.

Oblast, která je předmětem předloženého návrhu, nezakotvuje žádné rozdíly, které by bylo možné vnímat z pohledu specifických skupin obyvatelstva jako diskriminační.

Odůvodnění návrhu k vyslovení souhlasu Poslaneckou sněmovnou ČR v prvním čtení

Navrhovanou právní úpravu je nezbytné přijmout v co nejkratším termínu, s cílem zabránit dalšímu pokračování nelegální a neetické činnosti ze strany některých podnikatelských subjektů při tzv. předváděcích akcích.

Zpracovatel navrhuje Poslanecké sněmovně Parlamentu ČR vyslovit souhlas s navrhovanou právní úpravou již v prvním čtení v souladu s ustanovením § 90 odst. 2 zákona č. 90/1995 Sb., o jednacím řádu Poslanecké sněmovny, ve znění pozdějších předpisů.

II. Zvláštní část

K článku I

K bodu 1 (§ 20)

Předložený návrh v tomto ustanovení ukládá povinnost prodávajícímu oznámit České obchodní inspekci, že realizuje organizovanou akci, během níž bude propagovat a nabízet spotřebitelům výrobky či služby, resp. jim bude výrobky prodávat či jim bude poskytovat služby. Za organizovanou akci se považuje akce určená pro omezený počet osob, na niž byly tyto osoby pozvány. Nezáleží přitom na tom, zda byly pozvány adresně nebo neadresně, formou osobního pozvání či např. vývěsky vylepené na veřejně dostupném místě. Pro naplnění definice organizované akce není ani rozhodující, zda se na ni účastníci dopravili samostatně nebo zda využili dopravy, kterou jim nabídl prodávající, popř. jiný podnikatel organizující dotčenou akci.

Za účelem zamezení obcházení zákona se navrhuje, aby se za organizovanou akci považovaly nejen akce, kdy prodávající provádí svou obchodní činnost mimo prostory obvyklé k jeho podnikání, ale i situace, kdy organizovaná akce probíhá v některé z provozoven prodávajícího. Používané praktiky jsou totiž v obou případech stejné, což platí i pro jejich negativní dopady na společnost. Za organizovanou akci ve smyslu tohoto zákona nelze považovat například veletrhy, různé slevové akce v supermarketech apod., neboť nenaplnují všechny znaky definice organizované akce, např. omezený počet spotřebitelů účastnících se akce.

Za organizované akce nelze dále považovat sportovní, kulturní a společenské akce, neboť nesplňují definiční znaky organizované akce ve smyslu navrhovaného ustanovení § 20 odst. 2, a to konkrétně požadavek, že na organizovanou akci musí být spotřebitelé adresně či neadresně pozváni. Sportovní a kulturní akce se obecně organizují na základě propagace či reklamy, nikoliv pozvánky ve smyslu ustanovení § 20a předloženého návrhu. Spotřebitelé na základě této propagace mohou zakoupit vstupenky na akci, přičemž důvodem zakoupení vstupenky je především sportovní nebo kulturní vyžití. Navíc je nezbytné vzít v úvahu, že pořadatel tyto akce neorganizuje za účelem prodeje výrobků nebo poskytování služeb, ale sleduje dosažení zisku z prodeje vstupenek. Během těchto akcí bývá také nabízeno občerstvení, případně reklamní či propagační předměty tematicky související s takovou akcí. Nabízení či prodej těchto výrobků nebo poskytování služeb je však pouze druhotným jevem. Při těchto akcích je vždy pouze na spotřebiteli, zda se nechá či nenechá vystavit přímé nabídky prodejce (stejný princip jako při prodeji v obchodě nebo u stánku).

Za akce splňující definiční znaky je však třeba považovat takové akce, na které sice spotřebitelé budou pozváni neadresně (tj. například inzerátem, oznámením v místě konání předváděcí akce, či pozvánkou, ve které bude uvedeno, že spotřebitel může s sebou přivést další zájemce), ale samotná akce pak bude konána tak, že v průběhu akce bude zboží nabízeno jen omezenému počtu spotřebitelů (např. v uzavřené místnosti, v sále s omezenou kapacitou apod.).

Oznámení se provádí, v souladu se správním řádem, písemně, ústně do protokolu nebo datovou zprávou, která je podepsána uznávaným elektronickým podpisem, nebo která je odeslána prostřednictvím datové schránky. Oznámení musí být učiněno nejpozději do

10 pracovních dnů před konáním organizované akce. Pokud jde o náležitosti, navrhuje se pouze oznámení takových informací, které jsou nezbytné z hlediska zajištění účinné kontroly České obchodní inspekce zaměřené na případné použití nekalých obchodních praktik. Prodávající by tedy měl dozorový orgán informovat o své osobě (jméno, příjmení, sídlo, IČO) a o organizátorovi akce, což je důležité v situacích, kdy jím je jiná osoba než prodávající. Dalšími nezbytnými údaji jsou místo, kde se uskuteční prodej výrobků nebo poskytování služeb nebo jejich propagace či nabídka, dále datum a harmonogram konání akce, jakož i identifikace výrobku nebo služby, jež mají být na akci propagovány, nabízeny, prodávány či poskytovány. Příložen by měl být také text pozvání na organizovanou akci. Oznámení je nutné učinit i v případě organizovaných akcí pořádaných mimo území České republiky.

K bodu 2 (§ 20a a § 20b)

V tomto novém ustanovení se navrhuje zakotvit údaje, jež budou muset být uvedeny v pozvání k účasti na organizované akci. Požadované údaje budou muset být spotřebiteli sděleny viditelným a srozumitelným způsobem, a to před uskutečněním organizované akce, přičemž prodávající či podnikatel pořádající akci bude povinen dozorovým orgánům prokázat, že předepsané údaje v pozvání spotřebitelům sdělil. Jedná se o následující údaje: místo a datum konání akce, včetně jejího harmonogramu, identifikace výrobku nebo služby a identifikační údaje o prodávajícím a osobě, která organizovanou akci pořádá. Za náležitosti pozvání odpovídá prodávající, avšak pořádá-li organizovanou akci jiný podnikatel, odpovídá za ně tento podnikatel. Pozvání směřující vůči spotřebitelům musí přesně odpovídat kopii pozvání, jež byla předložena dozorovým orgánům v souvislosti s učiněním oznámení podle § 20 návrhu zákona.

Účelem navrhované právní úpravy je nesporně boj proti nekalým obchodním praktikám, zejména praktikám agresivním, vedoucím k vážnému poškození práv spotřebitelů během organizovaných akcí. V současnosti používané praktiky končí v mnohých případech neúnosným zadlužením spotřebitelů, což se zejména v poslední době stalo vážným společenským problémem.

V zájmu naplnění účelu návrhu bylo tedy nutné vymezit okruh situací, na něž se bude právní úprava vztahovat, pokud možno v co nejobecnější rovině. Proto nelze vyloučit, že se navrhovaná právní úprava dotkne také některých akcí, jež budou splňovat formální znaky organizované akce vymezené v § 20 odst. 2 návrhu, přestože na nich obvykle k nekalým obchodním praktikám nedochází. Předpokládá se však, že by se mělo jednat pouze o úzký segment trhu, například tzv. „promotion“ akce, prodejní vernisáže či módní přehlídky. S ohledem na výše uvedený cíl právní regulace lze považovat uvedené „vedlejší“ zatížení poměrně malé části podnikatelské veřejnosti za ospravedlnitelné.

Navrhuje se však výslovně zakotvit, aby se povinnost podle této právní úpravy nevztahovaly na případy pořádání dražeb podle zákona upravujícího veřejné dražby, neboť právní úprava dražeb zajišťuje dostatečné záruky ochrany spotřebitelů. Dále se navrhuje vyloučit z působnosti navrhované právní úpravy akce organizované výlučně za účelem individuálního sjednání pojistné smlouvy, penzijního připojištění, investiční služby či obchodu na trhu s investičními nástroji a rovněž akce organizované výlučně za účelem degustace, konzumace a prodeje degustovaných výrobků, za předpokladu, že součástí takové akce není propagace, nabídka či prodej jiných výrobků nebo poskytování jiných služeb.

K bodu 3 (§ 24 odstavcům 8 a 9)

V návaznosti na nově uložené povinnosti v § 20 a § 20a jsou do výčtu správních deliktů zahrnuty odpovídající skutkové podstaty, tj. porušení povinnosti prodávajícího oznámit účast na organizované akci či neuvedení veškerých stanovených náležitostí jak v oznámení nebo na pozvání k účasti na akci.

K bodu 4 a 5 (§ 24 odstavci 12)

Za porušení stanovených povinností uvedených v § 20 a § 20a budou moci příslušné dozorové orgány uložit pokutu až do výše 5 milionů Kč.

K článku II

Datum nabytí účinnosti novely se navrhuje v nejkratším možném termínu, tj. patnáctým dnem od jejího vyhlášení, a to z důvodu potřeby poskytnout adresátům této normy potřebnou lhůtu pro seznámení.

V Praze dne 14. srpna 2013

předseda vlády

Ing. Jiří Rusnok, v.r.

ministr průmyslu a obchodu

doc. Ing. Jiří Cieńciała, CSc., v.r.