



PARLAMENT ČESKÉ REPUBLIKY
POSLANECKÁ SNĚMOVNA

VII. volební období

11/0

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



Zástupce předkladatele: ministr průmyslu a obchodu
Doručeno poslancům: 27. listopadu 2013 v 17:04

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. Obecná část

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, zaznamenan 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 nejproblematictějším 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 pořádát 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 prodejcům 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 nevztahovala 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.

Platné znění

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 č. 468/2011 Sb., zákona č. 221/2012 Sb., zákona č. 238/2012 Sb. a zákona č. 303/2013 Sb.

Federální shromáždění České a Slovenské Federativní Republiky se usneslo na tomto zákoně:

ČÁST PRVNÍ

Úvodní ustanovení

§ 1

Předmět a rozsah úpravy

(1) Tento zákon zpracovává příslušné předpisy Evropské unie¹⁾, zároveň navazuje na přímo použitelné předpisy Evropské unie³¹⁾,³²⁾, a upravuje některé podmínky podnikání^{1a)} významné pro ochranu spotřebitele, úkoly veřejné správy v oblasti ochrany spotřebitele

¹⁾ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu a o změně směrnice Rady 84/450/EHS, směrnic Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 (směrnice o nekalých obchodních praktikách).

Směrnice Rady 69/493/EHS o sblížování právních předpisů členských států týkajících se křišťálového skla. Směrnice Evropského parlamentu a Rady 94/11/ES o sblížování právních a správních předpisů členských států týkajících se označování materiálů používaných v hlavních částech obuvi prodávané spotřebiteli.

Směrnice Rady 87/357/EHS o sblížování právních předpisů členských států, týkajících se výrobků, jejichž skutečná povaha není rozpoznatelná a které proto ohrožují zdraví nebo bezpečnost spotřebitelů.

Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2008/122/ES o ochraně spotřebitele ve vztahu k některým aspektům smluv o dočasném užívání ubytovacího zařízení (timeshare), o dlouhodobých rekreačních produktech, o dalším prodeji a výměně.

³¹⁾ Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1007/2011 ze dne 27. září 2011 o názvech textilních vláken a souvisejícím označování materiálového složení textilních výrobků a o zrušení směrnice Rady 73/44/EHS a směrnic Evropského parlamentu a Rady 96/73/ES a 2008/121/ES.

³²⁾ Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 765/2008 ze dne 9. července 2008, kterým se stanoví požadavky na akreditaci a dozor nad trhem týkající se uvádění výrobků na trh, a kterým se zrušuje nařízení (EHS) č. 339/93.

^{1a)} § 2 odst. 1 zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník.

a oprávnění spotřebitelů, sdružení spotřebitelů²⁾ nebo jiných právnických osob založených k ochraně spotřebitele.

(2) Ustanovení zvláštních předpisů³⁾ týkající se podmínek výroby, dovozu, prodeje a označování výrobků a poskytování služeb nejsou tímto zákonem dotčena.

(3) Tento zákon se vztahuje na nabízení a prodej výrobků a na nabízení a poskytování služeb v případech, kdy k plnění dochází na území České republiky. Na ostatní případy se vztahuje tehdy, souvisí-li plnění s podnikatelskou činností provozovanou na území České republiky.

§ 2

Vymezení některých pojmů

(1) Pro účely tohoto zákona se rozumí:

- a) spotřebitelem fyzická osoba, která nejedná v rámci své podnikatelské činnosti nebo v rámci samostatného výkonu svého povolání,
- b) prodávajícím podnikatel,⁴⁾ který spotřebiteli prodává výrobky nebo poskytuje služby,
- c) výrobcem podnikatel, který zhotovil výrobek anebo jeho součást nebo poskytl služby, který vyléčil prvotní surovinu nebo ji dále zpracoval, anebo který se za výrobce označil,
- d) dovozcem podnikatel, který uvede na trh výrobek z jiného než členského státu Evropské unie,
- e) dodavatelem každý další podnikatel, který přímo nebo prostřednictvím jiných podnikatelů dodal prodávajícímu výrobky,
- f) výrobkem věc nebo jiné hodnoty určené k nabídce spotřebiteli, které mohou být předmětem právního vztahu,
- g) službou jakákoliv podnikatelská činnost, která je určena k nabídce spotřebiteli, s výjimkou činností upravených zvláštními zákony,^{4a)} kde se dozor nad ochranou spotřebitele svěřuje

²⁾ Zákon č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů, ve znění pozdějších předpisů.

³⁾ Např. zákon č. 30/1968 Sb., o státním zkušebnictví, ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 20/1966 Sb., o péči o zdraví lidu, ve znění pozdějších předpisů, zákon ČNR č. 133/1985 Sb., o požární ochraně, ve znění pozdějších předpisů, zákon SNR č. 126/1985 Sb., o požární ochraně, ve znění pozdějších předpisů, zákon ČNR č. 240/1991 Sb., o šlechtění a plemenitbě hospodářských zvířat, zákon SNR č. 110/1972 Sb., o plemenitbě hospodářských zvířat, ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 61/1964 Sb., o rozvoji rostlinné výroby, ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 87/1987 Sb., o veterinární péči, ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 51/1964 Sb., o dráhách, ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 147/1983 Sb., o zbraních a střelivu, ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 222/1946 Sb., o poště (poštovní zákon), ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 526/1990 Sb., o cenách, zákon č. 63/1991 Sb., o ochraně hospodářské soutěže.

⁴⁾ § 420 odst. 2 občanského zákoníku.

^{4a)} Např. zákon ČNR č. 128/1990 Sb., o advokacii, zákon ČNR č. 209/1990 Sb., o komerčních právnících a právní pomoci jimi poskytované, zákon ČNR č. 523/1992 Sb., o daňovém poradenství a Komofe daňových poradců České republiky, a zákon č. 273/1993 Sb., o některých podmínkách výroby, šíření a archivování

profesním sdružením nebo jiným orgánům státní správy než uvedeným v § 23,

h) výrobkem nebezpečným svou zaměnitelností s potravinou výrobek, který není potravinou, má však tvar, vůni, barvu, vzhled, obal, označení, objem nebo rozměry, které mohou způsobit, že spotřebitelé, zejména děti, jej mohou zaměnit s potravinou a v důsledku toho si jej mohou dávat do úst, cucat nebo polykat, což může být nebezpečné pro lidské zdraví, zejména způsobit dušení, otravu nebo perforaci či zablokování zažívacího ústrojí,

i) obuví výrobek určený k ochraně nebo pokrytí nohou, který má připevněnou podešev, včetně hlavních částí takové obuvi, i když jsou prodávány samostatně,

j) hlavními částmi obuvi součásti nebo dílce používané k výrobě obuvi, které tvoří:

1. vrchní část obuvi jako sestava součástí vnější části svršku, která je připevněna k podešvi nebo mezipodešvi,
2. stélka a podšívka, které jsou sestavou stélky a podšívky svršku, tvořící vnitřní část obuvi,
3. podešev jako spodní část obuvi, připevněná ke svršku, která je vystavena oděru při používání obuvi,

k) usní vyčiněná kůže, jejíž vláknitá struktura zůstala zachována a u níž tloušťka konečné povrchové úpravy je menší než 0,15 mm včetně,

l) povrstvenou usní useň s nánosem vrstvy, která je menší než třetina celkové tloušťky usně, ale je větší než 0,15 mm,

m) křišťálovým sklem sklo, které obsahuje oxid olovnatý, oxid barnatý, oxid zinečnatý a oxid draselný samostatně nebo v kombinaci, a to v množství stanoveném prováděcím právním předpisem. Prováděcí právní předpis upraví i další technické podrobnosti,

n) výrobkem nebo zbožím porušujícím některá práva duševního vlastnictví se rozumí

1. padělek, jímž je výrobek nebo zboží, včetně jeho obalu, na němž je bez souhlasu majitele ochranné známky umístěno označení stejné nebo zaměnitelné s ochrannou známkou, porušující práva majitele ochranné známky podle zvláštního právního předpisu,^{4b)} dále veškeré věci nesoucí takové označení (značky, loga, etikety, nálepky, prospekty, návody k použití, doklady o záruce apod.), a to i tehdy, jsou-li uváděny samostatně, a samostatné obaly, na nichž je umístěno takové označení,

2. nedovolená napodobenina, jíž je výrobek nebo zboží, které je rozmnoženinou nebo zahrnuje rozmnoženinu vyrobenou bez souhlasu majitele autorských nebo příbuzných práv nebo bez souhlasu majitele práv k průmyslovému vzoru, jestliže pořízení rozmnoženiny porušuje tato práva podle zvláštních právních předpisů,^{4c)}

audiovizuálních děl, o změně a doplnění některých zákonů a některých dalších předpisů.

^{4b)} Zákon č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách a o změně zákona č. 6/2002 Sb., o soudech, soudcích, přísedících a státní správě soudů a o změně některých dalších zákonů (zákon o soudech a soudcích), ve znění pozdějších předpisů, (zákon o ochranných známkách), ve znění pozdějších předpisů.

^{4c)} Zákon č. 35/1963 Sb., o dílech literárních, vědeckých a uměleckých (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů. Zákon č. 527/1990 Sb., o vynálezech, průmyslových vzorech a zlepšovacích návrzích, ve znění pozdějších předpisů.

3. výrobek nebo zboží, porušující práva majitele patentu^{4d)} nebo užitného vzoru^{4e)} nebo práva majitele dodatkového ochranného osvědčení pro léčiva a pro přípravky na ochranu rostlin podle zvláštního právního předpisu,^{4d)}

4. výrobek nebo zboží, porušující práva toho, jemuž svědčí ochrana zapsaného označení původu nebo zeměpisného označení,^{4f)}

o) odbornou péčí úroveň zvláštních dovedností a péče, kterou lze od podnikatele ve vztahu ke spotřebiteli rozumně očekávat a která odpovídá poctivým obchodním praktikám nebo obecným zásadám dobré víry v oblasti jeho činnosti.

(2) Prodávajícím se pro účely tohoto zákona rozumí i fyzická osoba, která prodává spotřebiteli rostlinné a živočišné výrobky z vlastní drobné pěstitelské nebo chovatelské činnosti anebo lesní plodiny.

ČÁST DRUHÁ

Povinnosti při prodeji výrobků a poskytování služeb

§ 3

Poctivost prodeje výrobků a poskytování služeb

(1) Prodávající je povinen:

a) prodávat výrobky ve správné hmotnosti, míře nebo množství a umožnit spotřebiteli překontrolovat si správnost těchto údajů,

b) prodávat výrobky a poskytovat služby v předepsané nebo schválené jakosti, pokud je závazně stanovena nebo pokud to vyplývá ze zvláštních předpisů anebo v jakosti jím uváděné; není-li jakost předepsána, schválena nebo uváděna, v jakosti obvyklé,

c) prodávat výrobky a poskytovat služby za ceny sjednané v souladu s cenovými předpisy⁶⁾ a ceny při prodeji výrobků nebo poskytování služeb správně účtovat; při konečném účtování prodávaných výrobků a poskytovaných služeb v hotovosti se celková částka zaokrouhluje vždy k nejbližší platné nominální hodnotě zákonných peněz v oběhu.^{6a)}

(2) Prodávající nesmí po spotřebiteli v souvislosti s použitým způsobem placení požadovat poplatek převyšující náklady, které prodávajícímu v souvislosti s tímto způsobem placení vznikají.

^{4d)} Zákon č. 527/1990 Sb., ve znění pozdějších předpisů.

^{4e)} Zákon č. 478/1992 Sb., o užitných vzorech, ve znění zákona č. 116/2000 Sb.

^{4f)} Zákon č. 452/2001 Sb., o ochraně označení původu a zeměpisných označení a o změně zákona o ochraně spotřebitele.

⁶⁾ Zákon č. 526/1990 Sb.

^{6a)} Zákon č. 6/1993 Sb., o České národní bance, ve znění pozdějších předpisů.

§ 3a

Použití telefonního čísla s vyšší než běžnou cenou

Prodávající, který v souvislosti s uzavřenou smlouvou používá pro komunikaci se spotřebitelem veřejnou komunikační síť, nesmí pro tuto komunikaci využívat telefonní číslo pro přístup ke službám s vyjádřenou cenou³⁴⁾.

§ 3b

Ustanovení § 3 odst. 2 a § 3a se nepoužijí na smlouvy uvedené v § 1840 písm. a) až g), i) a j) a v § 1852 občanského zákoníku.

§ 4

Nekalé obchodní praktiky

(1) Obchodní praktika je nekalá, 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.

(2) Je-li obchodní praktika zaměřena na spotřebitele, kteří jsou z důvodu duševní nebo fyzické slabosti nebo věku zvláště zranitelní, hodnotí se její nekalost z hlediska průměrného člena této skupiny; tím není dotčeno obvyklé reklamní přehánění.

(3) Užívání nekalých obchodních praktik při nabízení nebo prodeji výrobků, při nabízení nebo poskytování služeb či práv se zakazuje. Nekalé jsou zejména klamavé a agresivní obchodní praktiky.

§ 5

Klamavé obchodní praktiky

(1) Obchodní praktika je klamavá,

a) je-li při ní užit nepravdivý údaj,

b) je-li důležitý údaj sám o sobě pravdivý, ale může uvést spotřebitele v omyl vzhledem k okolnostem a souvislostem, za nichž byl užit,

c) opomene-li podnikatel uvést důležitý údaj, jenž s přihlédnutím ke všem okolnostem lze po podnikateli spravedlivě požadovat; za opomenutí se považuje též uvedení důležitého údaje nesrozumitelným nebo nejednoznačným způsobem, nebo

d) vede-li způsob prezentace výrobku či služby, včetně srovnávací reklamy, nebo jejich uvádění na trh k záměně s jinými výrobky či službami, nebo rozlišovacími znaky jiného podnikatele,

³⁴⁾ Vyhláška č. 117/2007 Sb., o číslovacích plánech sítí a služeb elektronických komunikací, ve znění pozdějších předpisů.

e) není-li dodržen závazek obsažený v kodexu chování, k jehož dodržování se podnikatel zavázal, jde-li o jednoznačný závazek, který lze ověřit, a podnikatel v obchodní praxi uvádí, že je vázán kodexem.

(2) Za klamavou obchodní praktiku se považuje také nabízení nebo prodej výrobků nebo služeb porušujících některá práva duševního vlastnictví, jakož i skladování takových výrobků za účelem jejich nabízení nebo prodeje a dále neoprávněné užívání označení chráněného podle zvláštního právního předpisu^{4b)} v obchodním styku.

(3) Klamavou obchodní praktikou je vždy praktika uvedená v příloze č. 1 k tomuto zákonu.

(4) Za důležitý údaj ve smyslu odstavce 1 písm. b) a c) se považují údaje poskytované podle § 10 odst. 1 a 2, § 12, 13, dále identifikační údaje o prodávajícím a informace požadované pro uzavření smlouvy nebo uplatnění práv z ní podle zvláštních právních předpisů^{6b)}.

§ 5a

Agresivní obchodní praktiky

(1) Obchodní praktika je agresivní, pokud s přihlédnutím ke všem okolnostem svým obtěžováním, donucováním, včetně použití síly nebo nepatřičným ovlivňováním výrazně zhoršuje možnost svobodného rozhodnutí spotřebitele. Při posuzování, zda je obchodní praktika agresivní, se přihlíží zejména k těmto okolnostem:

- a) načasování, místo a doba trvání obchodní praktiky,
- b) způsob jednání, jeho výhrůžnost a urážlivost,
- c) vědomé využití nepříznivé situace spotřebitele,
- d) nepřiměřené překážky pro uplatnění práv spotřebitele, nebo
- e) hrozba protiprávním jednáním.

(2) Agresivní obchodní praktikou je vždy praktika uvedená v příloze č. 2 k tomuto zákonu.

^{4b)} Zákon č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách a o změně zákona č. 6/2002 Sb., o soudech, soudcích, přísedících a státní správě soudů a o změně některých dalších zákonů (zákon o soudech a soudcích), ve znění pozdějších předpisů, (zákon o ochranných známkách), ve znění pozdějších předpisů.

^{6b)} Například zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 526/1990 Sb., o cenách, ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 79/1997 Sb., o léčivech a o změnách a doplnění některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů, ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 321/2001 Sb., o některých podmínkách sjednávání spotřebitelského úvěru a o změně zákona č. 64/1986 Sb., zákon č. 37/2004 Sb., o pojistné smlouvě a o změně souvisejících zákonů (zákon o pojistné smlouvě), ve znění pozdějších předpisů.

§ 6

Zákaz diskriminace spotřebitele

Prodávající nesmí při prodeji výrobků nebo poskytování služeb spotřebitele diskriminovat.

§ 7

zrušen

§ 7a

Zákaz výroby, dovozu, vývozu, nabízení, prodeje a darování výrobků nebezpečných svou zaměnitelností s potravinami

Vyrábět, dovážet, vyvážet, nabízet, prodávat nebo darovat výrobky nebezpečné svou zaměnitelností s potravinami se zakazuje.

§ 7b

Zákaz nabízení, prodeje a vývozu výrobků určených pro humanitární účely

Nabízet za účelem prodeje, prodávat a vyvážet mimo území České republiky výrobky, které jsou určeny pro humanitární účely podle zvláštního právního předpisu ⁷⁾, se zakazuje.

§ 8

zrušen

§ 8a

(1) Vykonává-li dozorový orgán kontrolu na podnět majitele práva duševního vlastnictví nebo jiné osoby, která prokázala právní zájem ve věci, jsou tyto osoby povinny složit přiměřenou jistotu (dále jen "jistota") za účelem úhrady nákladů dozorového orgánu v případech, kdy kontrolou nebude prokázána oprávněnost podnětu. Výši jistoty stanoví vedoucí dozorového orgánu. Základem pro výpočet výše jistoty jsou průměrné náklady na výkon kontrolní činnosti za jednoho kontrolního pracovníka a den podle skutečnosti předcházejícího roku. Jistotu je majitel práva duševního vlastnictví nebo osoba, která prokázala právní zájem ve věci, povinen složit na účet dozorového orgánu do 15 dnů od podání podnětu. Nebude-li jistota ve stanoveném termínu složena, nemá dozorový orgán povinnost podnět prošetřit.

(2) Prokáže-li se kontrolou oprávněnost podnětu, je dozorový orgán povinen poukázat zpět složenou jistotu do 10 dnů od ukončení kontroly. Nebude-li prokázána oprávněnost

⁷⁾ § 7b zákona č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci.

podnětu, dozorový orgán zúčtuje skutečně vynaložené náklady na provedenou kontrolu. V případě, že bude částka skutečně vynaložených nákladů dozoru nižší než výše jistoty, je dozorový orgán povinen majiteli práva duševního vlastnictví nebo osobě, která prokázala právní zájem ve věci, poukázat zpět do 10 dnů zjištěný rozdíl. V případě, že skutečně vynaložené náklady budou vyšší než složená jistota, je majitel práva duševního vlastnictví nebo osoba, která prokázala právní zájem ve věci, povinen uhradit rozdíl do výše skutečně vynaložených nákladů do 10 dnů ode dne doručení vyzoomění.

(3) V případě, kdy majitel práva duševního vlastnictví předá dozorovému orgánu nepravdivou, nepřesnou, neúplnou nebo neplatnou dokumentaci a vznikne-li na základě těchto podkladů rozhodnutím dozorového orgánu kontrolované osobě škoda, odpovídá za tuto škodu majitel práva duševního vlastnictví.

Informační povinnosti

§ 9

(1) Prodávající je povinen řádně informovat spotřebitele o vlastnostech prodávaných výrobků nebo charakteru poskytovaných služeb, o způsobu použití a údržby výrobku a o nebezpečí, které vyplývá z jeho nesprávného použití nebo údržby, jakož i o riziku souvisejícím s poskytovanou službou. Jestliže je to potřebné s ohledem na povahu výrobku, způsob a dobu jeho užívání, je prodávající povinen zajistit, aby tyto informace byly obsaženy v příloženém písemném návodu a aby byly srozumitelné.

(2) Povinností uvedených v odstavci 1 se nemůže prodávající zprostit poukazem na skutečnost, že mu potřebné nebo správné informace neposkytl výrobce, dovozce nebo dodavatel. Tyto povinnosti se však nevztahují na případy, kdy se jedná o zřejmé nebo obecně známé skutečnosti.

§ 10

(1) Prodávající musí zajistit, aby jím prodávané výrobky byly přímo viditelně a srozumitelně označeny

a) označením výrobce nebo dovozce, popřípadě dodavatele, a pokud to povaha výrobku nebo forma prodeje vyžaduje, názvem výrobku, údaji o hmotnosti nebo množství nebo velikosti, popřípadě rozměru, dalšími údaji potřebnými dle povahy výrobku k jeho identifikaci, popřípadě užití,

b) též údaji o materiálech použitých v jejích hlavních částech, jde-li o obuv, s výjimkou těch výrobků, které podle prováděcího právního předpisu označování nepodléhají.

(2) Je-li třeba, aby při užívání věci byla zachována zvláštní pravidla, zejména řídí-li se užívání návodem, je prodávající povinen spotřebitele s nimi seznámit, ledaže jde o pravidla obecně známá.

(3) Nelze-li prodávané výrobky označit přímo, musí je prodávající viditelně a srozumitelně označit údaji uvedenými v odstavci 1 jiným vhodným způsobem. Není-li možné nebo účelné prodávané výrobky vzhledem k jejich povaze takto označit, je prodávající

povinen tyto údaje na požádání spotřebitele nebo orgánů, které provádějí dozor nad dodržováním ustanovení tohoto zákona, pravdivě sdělit, popřípadě doložit.

(4) Zvláštní právní předpisy mohou označování výrobků upravit odchylně.

(5) Prodávající nesmí odstraňovat ani měnit označení výrobků ani jiné údaje uvedené výrobcem, dovozcem nebo dodavatelem.

(6) Při prodeji použitých nebo upravovaných výrobků, výrobků s vadou nebo výrobků, jejichž užité vlastnosti jsou jinak omezeny, musí prodávající na tyto skutečnosti spotřebitele předem zřetelně upozornit. Takové výrobky musí být prodávány odděleně od ostatních výrobků. V provozovně, v místě vyhrazeném k prodeji takových výrobků, nesmí být uloženy předměty, které neslouží k prodeji.

(7) Na prodej použitého zboží se ustanovení odstavců 1 až 3 vztahuje pouze přiměřeně.

§ 10a

Výrobce nebo jeho zplnomocněný zástupce^{9b)} odpovídá za označení materiálů použitých v hlavních částech obuvi v souladu s prováděcím právním předpisem a za přesnost informací v označení obsažených. Tyto údaje je povinen poskytnout dodavateli, jakož i prodávajícímu. Pokud výrobce ani jeho zplnomocněný zástupce nemají sídlo v členském státě Evropské unie, přechází tato povinnost na osobu odpovědnou za první uvedení obuvi na trh Evropského společenství.

§ 11

(1) Prodávající musí zajistit, aby informace uvedené v § 9, 10, 13 a 19, jsou-li poskytovány písemně, byly poskytnuty v českém jazyce.

(2) Jednotlivé informace uvedené v § 9 a 10 mohou být poskytnuty v podobě symbolů (piktogramů), které musí být srozumitelné, čitelné a úplné. V případě prodeje výrobků, při jejichž označení byly použity symboly (piktogramy), je prodávající povinen na požádání vysvětlit nebo vhodně zpřístupnit spotřebiteli jejich význam.

(3) Fyzikální veličiny musí být vyjádřeny v měřicích jednotkách stanovených zvláštním právním předpisem¹⁰⁾.

§ 11a

Při prodeji zboží nebo poskytování služeb elektronickými prostředky prostřednictvím internetových stránek je prodávající povinen spotřebitele předem zřetelným způsobem informovat o tom, zda platí nějaká omezení pro dodání zboží nebo poskytnutí služby a jaké způsoby platby jsou přijímány.

^{9b)} § 5 odst. 1 písm. b) zákona č. 102/2001 Sb., ve znění zákona č. 277/2003.

¹⁰⁾ § 2 zákona č. 505/1990 Sb., o metrologii, ve znění pozdějších předpisů.

§ 12

(1) Prodávající je povinen informovat v souladu s cenovými předpisy¹¹⁾ a přímo použitelným předpisem Evropských společenství^{11a)} spotřebitele o ceně prodáváných výrobků nebo poskytovaných služeb zřetelným označením výrobku cenou nebo informací o ceně výrobků či služeb jinak vhodně zpřístupnit.

(2) Informace o ceně nebo okolnost, že informace je neúplná anebo chybí, nesmí zejména vzbuzovat zdání, že:

a) cena je nižší, než jaká je ve skutečnosti,

b) stanovení ceny závisí na okolnostech, na nichž ve skutečnosti nezávisí,

c) v ceně jsou zahrnuty dodávky výrobků, výkonů, prací nebo služeb, za které se ve skutečnosti platí zvlášť,

d) cena byla nebo bude zvýšena, snížena nebo nezměněna, i když tomu tak není,

e) vztah ceny a užitečnosti nabízeného výrobku nebo služby a ceny a užitečnosti srovnatelného výrobku nebo služby je takový, jaký ve skutečnosti není.

(3) Ustanovení odstavce 2 se vztahuje obdobně i na informace o způsobech stanovení cen.

§ 13

Prodávající je povinen spotřebitele řádně informovat o rozsahu, podmínkách a způsobu uplatnění práva z vadného plnění (dále jen „reklamace“), spolu s údaji o tom, kde lze reklamaci uplatnit.

§ 14

zrušen

§ 14a

Provozovatel tržiště (tržnice)^{11d)}, včetně obce pronajímající část veřejného prostranství k příležitostnému stánkovému prodeji, jsou povinni vést evidenci prodávajících, která musí obsahovat údaje v rozsahu uvedeném ve zvláštním právním předpise^{11e)}, a předložit ji na žádost dozorovému orgánu. Evidenci je povinen uchovávat po dobu jednoho roku ode dne provedení evidenčního záznamu.

¹¹⁾ § 13 odst. 2 zákona č. 526/1990 Sb., § 5 odst. 2 a 3 vyhlášky č. 580/1990 Sb., kterou se provádí zákon č. 526/1990 Sb., o cenách, ve znění vyhlášky č. 580/1992 Sb.

^{11a)} Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1008/2008 ze dne 24. září 2008 o společných pravidlech pro provozování leteckých služeb ve Společenství (přepřevzaté znění).

^{11d)} § 132 písm. d) zákona č. 353/2003 Sb., o spotřebních daních, ve znění zákona č. 217/2005 Sb.

^{11e)} § 17 odst. 7 zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů.

Další povinnosti při prodeji výrobků a poskytování služeb

§ 15

(1) Umožňuje-li to povaha výrobku a forma prodeje, je prodávající povinen na žádost spotřebitele výrobek překontrolovat nebo předvést.

(2) Prodávající je povinen vydat spotřebiteli na jeho žádost písemné potvrzení o povinnostech z vadného plnění v rozsahu stanoveném zákonem.¹²⁾

(3) Není-li služba poskytnuta na počkání, je prodávající povinen vydat spotřebiteli písemné potvrzení o převzetí objednávky. Potvrzení musí obsahovat označení předmětu služby, její rozsah, jakost, cenu za provedení služby a termín jejího plnění.

§ 16

(1) Na žádost spotřebitele je prodávající povinen vydat doklad o zakoupení výrobku nebo o poskytnutí služby s uvedením data prodeje výrobku nebo poskytnutí služby, o jaký výrobek nebo o jakou službu se jedná a za jakou cenu byl výrobek prodán nebo služba poskytnuta, spolu s identifikačními údaji prodávajícího obsahujícími jméno a příjmení nebo název nebo obchodní firmu, případně název prodávajícího, jeho identifikační číslo osoby, pokud zvláštní právní předpis nestanoví jinak.

(2) Při prodeji výrobků s následnou dodávkou musí doklad obsahovat také místo určení a datum dodávky.

(3) Při prodeji použitých nebo upravovaných výrobků, výrobků s vadou nebo výrobků, jejichž užitné vlastnosti jsou jinak omezeny, musí být tyto skutečnosti v dokladu zřetelně vyznačeny.

(4) Na žádost orgánů dozoru nebo Policie v mezích jejich oprávnění je prodávající povinen, jde-li o nákup použitého zboží nebo zboží bez dokladu o nabytí, přijímání tohoto zboží do zástavy nebo zprostředkování nebo nákupu či přijetí do zástavy, předložit identifikační údaje podle zvláštního právního předpisu.^{12b)}

§ 17

Vyžaduje-li to povaha výrobků, zejména s ohledem na hygienické podmínky prodeje a charakter použití, je prodávající povinen výrobky prodávat v hygienicky nezávadných obalech nebo je do takových obalů při prodeji zabalit, při samoobslužném prodeji je povinen spotřebiteli poskytnout vhodný obalový materiál.

§ 18

(1) Prodávající je povinen informovat spotřebitele o peněžní částce za výkup vratných zálohovaných obalů a tuto informaci na viditelném místě zpřístupnit.

¹²⁾ § 2166 občanského zákoníku.

^{12b)} § 31 odst. 4 až 7 zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů.

(2) O změně peněžní částky za vykupované vratné zálohované obaly nebo o ukončení výkupu vratných zálohovaných obalů je prodávající povinen informovat spotřebitele po dobu nejméně 30 kalendářních dnů před dnem provedení změny nebo ukončení výkupu. Po tuto dobu nesmí být výkup těchto obalů zastaven.

§ 18a

Výrobce nebo dovozce a prodávající nesmí používat názvy jednotlivých druhů křišťálového skla a jim přiřazené symboly, uvedené v prováděcím právním předpisu, u těch výrobků, které nejsou tímto prováděcím právním předpisem blíže charakterizovány, a to ani při reklamě těchto výrobků. Pokud výrobek ze skla nese firemní nebo výrobní označení či značku nebo obchodní jméno nebo název obsahující označení "křišťál", "křišťálové", "crystal" nebo odvozeniny, jsou výrobce nebo dovozce a prodávající povinni toto označení doplnit upřesňujícími údaji v souladu s prováděcím právním předpisem.

§ 18b

Neoprávněné používání ekoznačky^{12c)} se zakazuje.

§ 18c

Užívání ubytovacího zařízení s noclehem na více než 1 časový úsek nebo výhoda spojená s ubytováním, popřípadě včetně dopravy nebo jiných rekreačních služeb³⁰⁾, nesmějí být uváděny na trh nebo prodávány spotřebiteli jako investice.

§ 19

(1) S výjimkou případů, kdy je k provedení opravy určena jiná osoba,¹³⁾ je prodávající povinen přijmout reklamaci v kterékoli provozovně, v níž je přijetí reklamace možné s ohledem na sortiment prodáváného zboží nebo poskytovaných služeb, případně i v sídle nebo místě podnikání. Proávající je povinen spotřebiteli vydat písemné potvrzení o tom, kdy spotřebitel právo uplatnil, co je obsahem reklamace a jaký způsob vyřízení reklamace spotřebitel požaduje; a dále potvrzení o datu a způsobu vyřízení reklamace, včetně potvrzení o provedení opravy a době jejího trvání, případně písemné odůvodnění zamítnutí reklamace. Tato povinnost se vztahuje i na jiné osoby určené k provedení opravy.

(2) V provozovně musí být po celou provozní dobu přítomen pracovník pověřený vyřizovat reklamace.

(3) Proávající nebo jím pověřený pracovník rozhodne o reklamaci ihned, ve složitých případech do tří pracovních dnů. Do této lhůty se nezapočítává doba přiměřená podle druhu výrobku či služby potřebná k odbornému posouzení vady. Reklamace včetně odstranění vady musí být vyřízena bez zbytečného odkladu, nejpozději do 30 dnů ode dne uplatnění reklamace, pokud se prodávající se spotřebitelem nedohodne na delší lhůtě. Marné uplynutí této lhůty se považuje za podstatné porušení smlouvy.

^{12c)} Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1980/2000 o revidovaném systému Společenství pro udělování ekoznačky.

³⁰⁾ § 1852 až 1867 občanského zákoníku.

¹³⁾ § 2172 občanského zákoníku.

(4) Při prodeji nebo poskytování služeb mimo ohlášenou provozovnu je prodávající povinen k informacím podle § 13 písemnou formou poskytnout zejména název nebo jméno a adresu prodávajícího, kde může spotřebitel i po ukončení takového prodeje nebo poskytování služeb uplatnit reklamaci.

~~§ 20~~

~~Zrušen~~

Povinnosti související s konáním organizovaných akcí

§ 20

(1) Proávající, 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, k 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 řádem,³⁴⁾ 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,
- c) identifikaci výrobku nebo služby, jež budou v rámci organizované akce propagovány, nabízeny, prodávány nebo poskytovány,
- d) kopii pozvání k účasti na organizované akci.

§ 20a

(1) Proávající 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,

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

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 jejího 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.

ČÁST TŘETÍ

Úkoly veřejné správy

§ 21

Ochrana před výrobky nebezpečnými svou zaměnitelností s potravinami

Orgány státní správy, orgány územní samosprávy a ostatní orgány veřejné správy jsou povinny činit v mezích své působnosti veškerá opatření, aby zamezily dovozu, vývozu a uvádění výrobků nebezpečných svou zaměnitelností s potravinami do oběhu nebo zamezily jejich další oběh. O výrobcích nebezpečných svou zaměnitelností s potravinami v oběhu jsou povinny všemi dostupnými prostředky, zejména prostřednictvím hromadných sdělovacích prostředků, informovat spotřebitelskou veřejnost.

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

§ 22

zrušen

§ 23

Dohled nad ochranou spotřebitele

(1) Dozor nad dodržováním povinností stanovených tímto zákonem provádí Česká obchodní inspekce¹⁶⁾, s výjimkou dozoru podle odstavců 2, 3, 4 a 8 až 12 a 16.

(2) Dozor nad dodržováním povinností stanovených v § 3 odst. 1 písm. b), § 4 až 5a, § 9, 14a a 17 na úseku zemědělských, potravinářských a tabákových výrobků provádí Státní zemědělská a potravinářská inspekce¹⁷⁾.

(3) Dozor nad dodržováním povinností stanovených v § 3 odst. 1 písm. b), § 4 až 5a, § 9, § 10 odst. 1 a 3, § 14a a 17, pokud jde o prodej výrobků a poskytování služeb, které jsou upraveny zákonem o ochraně veřejného zdraví, provádějí krajské hygienické stanice¹⁸⁾.

(4) Dozor nad dodržováním povinností stanovených v § 3 odst. 1 písm. b), § 4 až 5a, § 9, 14a a 17 na úseku veterinární péče provádějí Státní veterinární správa, krajské veterinární správy a Městská veterinární správa v Praze¹⁹⁾.

(5) Dozor nad dodržováním povinností stanovených v § 9 až 13, § 14a až 16 a § 18 v oblasti obchodu a služeb²¹⁾ provádějí též obecní živnostenské úřady, příslušné podle umístění provozovny. Nelze-li určit místní příslušnost podle umístění provozovny, provádějí dozor obecní živnostenské úřady podle místa realizované činnosti.

(6) Dozor nad dodržováním povinností stanovených v § 5 odst. 2, § 7b a 14a provádějí též celní úřady. V případě zjištění výrobků nebo zboží, které naplňují znaky porušení ustanovení § 5 odst. 2, je celní úřad oprávněn takovéto výrobky nebo zboží zajistit a následně rozhodnout o jejich propadnutí nebo zabrání.

(7) Inspektor České obchodní inspekce nebo Státní zemědělské a potravinářské inspekce, který provedl dozor na trhu podle tohoto zákona a zjistil výrobky nebo zboží, které naplňují znaky porušení ustanovení § 5 odst. 2, a bylo-li prokázáno, že se jedná o výrobky nebo zboží pod celním dohledem²²⁾, je oprávněn takovéto výrobky nebo zboží zajistit. Zjištění

¹⁶⁾ Zákon ČNR č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů.

¹⁷⁾ Zákon č. 146/2002 Sb., o Státní zemědělské a potravinářské inspekci a o změně některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů.

¹⁸⁾ Zákon č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví a o změně některých souvisejících zákonů.

¹⁹⁾ Zákon č. 166/1999 Sb., o veterinární péči a o změně některých souvisejících zákonů (veterinární zákon), ve znění pozdějších předpisů.

²¹⁾ § 33 a 43 zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon).

²²⁾ Čl. 4 bod 13 nařízení Rady (EHS) č. 2913/92 ze dne 12. října 1992, kterým se vydává celní kodex Společenství, v platném znění.

a zajištěné výrobky nebo zboží postoupí příslušnému celnímu úřadu²³⁾, ²⁴⁾ k provedení celního řízení a dalšího řízení.

(8) Dozor nad dodržováním povinností stanovených v § 4 až 5a, § 9, § 10 odst. 1 písm. a) a § 10 odst. 5 až 7, § 11, 12 a 14a na úseku střelných zbraní, střeliva a pyrotechnických výrobků provádí Český úřad pro zkoušení zbraní a střeliva²⁵⁾.

(9) Dozor nad dodržováním povinností stanovených v § 4 až 5a, § 6 a 12 vykonává Česká národní banka u osob podléhajících jejímu dohledu podle zákona upravujícího postavení a působnost České národní banky při výkonu činnosti, kterou tyto osoby vykonávají na základě povolení, licence nebo registrace České národní banky.

(10) Dozor nad dodržováním povinností stanovených v § 4 až 5a na úseku léčiv provádí Státní ústav pro kontrolu léčiv²⁷⁾.

(11) Při výkonu dozoru v oblasti regulace reklamy, která je nekalou obchodní praktikou podle tohoto zákona, se postupuje podle zákona o regulaci reklamy²⁸⁾.

(12) Dozor nad dodržováním povinností stanovených v § 4 až 6 a § 12 na úseku podnikání v energetických odvětvích provádí Energetický regulační úřad.

(13) Česká obchodní inspekce provádí dozor nad dodržováním povinností nebo požadavků stanovených přímo použitelným předpisem Evropských společenství, kterým se zakazuje uvádět na trh, dovážet do Společenství a vyvážet z něj kočičí a psí kůže a výrobky obsahující tyto kůže²⁹⁾, nejedná-li se o surové kočičí a psí kůže.

(14) Česká obchodní inspekce provádí dozor nad dodržováním povinností nebo požadavků stanovených přímo použitelným předpisem Evropské unie, který upravuje názvy textilních vláken a související označování materiálového složení textilních výrobků³¹⁾. Postup při provádění dozoru se řídí též přímo použitelným předpisem Evropské unie, kterým se stanoví požadavky na dozor nad trhem týkající se uvádění výrobků na trh³²⁾.

²³⁾ Zákon č. 191/1999 Sb., o opatřeních týkajících se dovozu, vývozu a zpětného vývozu zboží porušujícího některá práva duševního vlastnictví a o změně některých dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů.
Zákon č. 185/2004 Sb., o Celní správě České republiky, ve znění zákona č. 635/2004 Sb. a zákona č. 669/2004 Sb.

²⁴⁾ § 5 zákona č. 185/2004 Sb.

²⁵⁾ Zákon č. 156/2000 Sb., o ověřování střelných zbraní, střeliva a pyrotechnických předmětů a o změně zákona č. 288/1995 Sb., o střelných zbraních a střelivu (zákon o střelných zbraních), ve znění zákona č. 13/1998 Sb., a zákona č. 368/1992 Sb., o správních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů, ve znění pozdějších předpisů.

²⁷⁾ Zákon č. 79/1997 Sb., o léčivech a o změnách a doplnění některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů.

²⁸⁾ Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů, ve znění pozdějších předpisů.

²⁹⁾ Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1523/2007 ze dne 11. prosince 2007, kterým se zakazuje uvádět na trh, dovážet do Společenství a vyvážet z něj kočičí a psí kůže a výrobky obsahující tyto kůže.

³¹⁾ Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1007/2011 ze dne 27. září 2011 o názvech textilních vláken a souvisejícím označování materiálového složení textilních výrobků a o zrušení směrnice Rady 73/44/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 96/73/ES a 2008/121/ES.

³²⁾ Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 765/2008 ze dne 9. července 2008, kterým se stanoví požadavky na akreditaci a dozor nad trhem týkající se uvádění výrobků na trh, a kterým se zrušuje nařízení

(15) Česká obchodní inspekce provádí dozor nad dodržováním povinností vyplývajících z ustanovení občanského zákoníku upravujících spotřebitelskou smlouvu, ve které se za úplatu sjednává dočasné užívání ubytovacího zařízení a jiné rekreační služby³⁰⁾.

(16) Dozor nad dodržováním povinností stanovených v § 3 až 5a, § 6, § 9, § 11 až 13, § 15 až 16 a v § 19 na úseku služeb elektronických komunikací a poštovních služeb provádí Český telekomunikační úřad.

§ 23a

(1) Orgány uvedené v § 23 jsou oprávněny vydávat závazné pokyny k odstranění zjištěných nedostatků. V případě bezprostředního ohrožení života, zdraví nebo majetku jsou oprávněny pozastavit prodej výrobků nebo poskytování služeb anebo uzavřít provozovnu; vyžaduje-li to naléhavost situace, lze toto rozhodnutí oznámit ústně a neprodleně doručit písemné vyhotovení rozhodnutí.

(2) Proti rozhodnutí podle odstavce 1 věta druhá je možno podat odvolání do tří dnů ode dne doručení písemného vyhotovení rozhodnutí. Odvolání nemá odkladný účinek a odvolací orgán o něm rozhodne neodkladně.

(3) Obnovit prodej výrobků nebo poskytování služeb anebo otevřít provozovnu lze až po uvedení do nezávadného stavu a jen s písemným souhlasem orgánu, který o pozastavení prodeje výrobků nebo poskytování služeb anebo uzavření provozovny rozhodl.

(4) Česká obchodní inspekce je oprávněna zajistit kočičí a psí kůže a výrobky obsahující tyto kůže, s výjimkou surových kočičích a psích kůží, a nařídít jejich zničení, a to na náklady toho, kdo porušil zákaz stanovený přímo použitelným předpisem Evropských společenství²⁹⁾.

(5) Orgány uvedené v § 23 jsou oprávněny uložit rozhodnutím výrobcí, dovozci, dodavateli nebo prodávajícímu povinnost stáhnout výrobek nebezpečný svou zaměnitelností s potravinou z trhu. V případě bezprostředního ohrožení života, vyžaduje-li to naléhavost situace, lze toto rozhodnutí oznámit ústně a neprodleně doručit písemné vyhotovení rozhodnutí.

(6) Prodávající je povinen vyrozumět výrobce, dovozce nebo dodavatele, že výrobek je na základě rozhodnutí dozоровého orgánu stahován z trhu, a neprodleně zajistit v součinnosti s nimi způsob vrácení výrobku nebezpečného svou zaměnitelností s potravinou. Dodavatel je povinen na základě vyrozumění prodávajícího nebo na základě rozhodnutí dozоровého orgánu o stažení výrobku z trhu neprodleně zajistit v součinnosti s výrobcem způsob vrácení výrobku nebezpečného svou zaměnitelností s potravinou. Výrobce nebo dovozce je povinen na základě rozhodnutí dozоровého orgánu o stažení výrobku z trhu nebo na základě vyrozumění dodavatelem nebo prodávajícím o stáhnutí výrobku z trhu zajistit v součinnosti s nimi způsob převzetí výrobku nebezpečného svou zaměnitelností s potravinou.

(EHS) č. 339/93.

³⁰⁾ § 1852 až 1867 občanského zákoníku.

²⁹⁾ Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1523/2007 ze dne 11. prosince 2007, kterým se zakazuje uvádět na trh, dovážet do Společenství a vyvážet z něj kočičí a psí kůže a výrobky obsahující tyto kůže.

Vrácení nebo zpětné převzetí jsou účastníci dodávek těchto výrobků stahovaných z trhu povinni zajistit ve lhůtě stanovené dozorovým orgánem nebo, není-li lhůta stanovena, bez zbytečných průtahů a vyrozumět o tom dozorový orgán.

(7) Nedojde-li k vrácení nebo zpětnému převzetí výrobků podle odstavce 5 v souladu s rozhodnutím dozorového orgánu nebo bez zbytečných průtahů, je dozorový orgán oprávněn vedle uložení pokuty, je-li ohrožen život, zdraví nebo majetek, nařídit zničení výrobku na náklady toho, kdo povinnost vrácení nebo zpětného převzetí těchto výrobků nesplnil.

§ 23b

zrušen

§ 23c

zrušen

Správní delikty

§ 24

nadpis vypuštěn

(1) Výrobce, dovozce, vývozce, dodavatel, prodávající nebo jiný podnikatel se dopustí správního deliktu tím, že

- a) poruší zákaz používání nekalých obchodních praktik,
- b) vyrábí, dováží, vyváží, nabízí, prodává nebo daruje výrobky nebezpečné svou zaměnitelností s potravinami,
- c) poruší zákaz vyplývající z přímo použitelného předpisu Evropských společenství, kterým se zakazuje uvádět na trh, dovážet do Společenství a vyvážet z něj kočičí a psí kůže a výrobky obsahující tyto kůže²⁹⁾,
- d) vyrábí, dováží, uvádí na trh, nabízí nebo prodává textilní výrobky neoznačené podle přímo použitelného předpisu Evropské unie upravujícího názvy textilních vláken a související označování materiálového složení textilních výrobků³¹⁾, nebo textilní výrobky, k nimž není připojena obchodní dokumentace podle tohoto přímo použitelného předpisu Evropské unie³³⁾, nebo

²⁹⁾ Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1523/2007 ze dne 11. prosince 2007, kterým se zakazuje uvádět na trh, dovážet do Společenství a vyvážet z něj kočičí a psí kůže a výrobky obsahující tyto kůže.

³¹⁾ Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1007/2011 ze dne 27. září 2011 o názvech textilních vláken a souvisejícím označování materiálového složení textilních výrobků a o zrušení směrnice Rady 73/44/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 96/73/ES a 2008/121/ES.

³³⁾ Článek 14 odst. 3 Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1007/2011 ze dne 27. září 2011 o názvech textilních vláken a souvisejícím označování materiálového složení textilních výrobků a o zrušení směrnice Rady 73/44/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 96/73/ES a 2008/121/ES.

e) použije neoprávněně ekoznačku.

(2) Výrobce nebo podnikatel jako osoba odpovědná za první uvedení obuvi na trh Evropského společenství se dopustí správního deliktu tím, že v rozporu s § 10a neoznačí materiály použité v hlavních částech obuvi nebo tyto údaje neposkytne dodavateli, či prodávajícímu.

(3) Výrobce, dovozce nebo prodávající se dopustí správního deliktu tím, že v rozporu s § 18a používá názvy jednotlivých druhů křišťálového skla a jim přiřazené symboly nebo nedoplní firemní nebo výrobní označení či značku nebo obchodní firmu nebo název obsahující označení „křišťál“, „křišťálové“, „crystal“ nebo odvozeniny upřesňujícími údaji.

(4) Dodavatel, prodávající nebo vývozce se dopustí správního deliktu tím, že nabízí, prodává nebo vyváží výrobky, které byly určeny pro humanitární účely a označeny nápisem „humanita“ podle zvláštního právního předpisu⁷⁾.

(5) Výrobce nebo dovozce se dopustí správního deliktu tím, že bez zbytečných průtahů nebo ve lhůtě stanovené dozorovým orgánem nezajistí na základě rozhodnutí dozorového orgánu o stažení výrobku z trhu nebo na základě vyrozumění dodavatelem nebo prodávajícím o stažení výrobku z trhu způsob převzetí výrobku nebezpečného svou zaměnitelností s potravinou, anebo o vrácení nebo zpětném převzetí výrobku stahovaného z trhu nevyrozumí dozorový orgán.

(6) Dodavatel se dopustí správního deliktu tím, že nezajistí neprodleně na základě vyrozumění prodávajícího nebo na základě rozhodnutí dozorového orgánu o stažení výrobku z trhu vrácení výrobku nebezpečného svou zaměnitelností s potravinou, anebo o vrácení nebo zpětném převzetí výrobku stahovaného z trhu nevyrozumí dozorový orgán.

(7) Prodávající se dopustí správního deliktu tím, že

a) nesplní povinnost poctivého prodeje výrobků nebo poskytování služeb podle § 3,

b) v rozporu s § 3a používá telefonní číslo s vyšší než běžnou cenou,

c) při prodeji výrobků nebo poskytování služeb poruší zákaz diskriminace spotřebitele podle § 6,

d) nesplní informační povinnost podle § 9 a § 10 odst. 2,

e) nezajistí, aby jím prodávané výrobky byly označeny podle § 10 odst. 1, 3 a 4,

f) odstraní nebo změní označení výrobků nebo jiné údaje uvedené výrobcem, dovozcem nebo dodavatelem,

⁷⁾ § 7b zákona č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci.

- g) neupozorní při prodeji použitých nebo upravovaných výrobků, výrobků s vadou nebo výrobků, jejichž užité vlastnosti jsou jinak omezeny, spotřebitele předem na tyto skutečnosti nebo takové výrobky prodává společně s ostatními výrobky anebo v provozovně, v místě vyhrazeném k prodeji takových výrobků, umístí předměty, které neslouží k prodeji,
- h) poskytuje informace v rozporu s § 11,
- i) neinformuje spotřebitele podle § 11a,
- j) informaci o ceně poskytuje v rozporu s § 12,
- k) neinformuje spotřebitele podle § 13,
- l) nepředvede spotřebiteli výrobek podle § 15 odst. 1,
- m) nevydá spotřebiteli potvrzení podle § 15 odst. 2,
- n) nevydá spotřebiteli písemné potvrzení o převzetí objednávky podle § 15 odst. 3,
- o) nevydá spotřebiteli na jeho žádost řádně vyplněný doklad o zakoupení výrobku nebo o poskytnutí služby s údaji stanovenými v § 16 odst. 1,
- p) nevyznačí v dokladu o zakoupení výrobku v případě prodeje s následnou dodávkou místo určení a datum dodávky,
- q) nevyznačí při prodeji použitých nebo upravovaných výrobků, výrobků s vadou nebo výrobků, jejichž užité vlastnosti jsou jinak omezeny, tyto skutečnosti v dokladu o zakoupení výrobku,
- r) nesplní povinnost prodeje výrobku v hygienicky nezávadném obalu podle § 17,
- s) neinformuje spotřebitele o peněžní částce za výkup vratných zálohovaných obalů podle § 18 odst. 1, nebo v rozporu s § 18 odst. 2 neinformuje spotřebitele o změně peněžní částky za výkup vratných zálohovaných obalů anebo o ukončení výkupu vratných zálohovaných obalů anebo výkup vratných zálohovaných obalů zastaví,
- t) v rozporu s § 19 odst. 1 nepřijme reklamaci nebo nevydá spotřebiteli písemné potvrzení o reklamaci se stanovenými údaji,
- u) nezajistí, aby v provozovně byl po celou provozní dobu přítomen pracovník pověřený vyřizováním reklamace,
- v) nerozhodne o reklamaci nebo ji nevyřídí podle § 19 odst. 3,
- w) neposkytne při prodeji nebo poskytování služeb mimo ohlášenou provozovnu informace podle § 19 odst. 4, nebo
- x) nevyrozumí bez zbytečných průtahů nebo ve lhůtě stanovené dozorovým orgánem výrobce, dovozce nebo dodavatele, že výrobek je na základě rozhodnutí dozorového orgánu stahován

z trhu, nebo neprodleně nezajistí způsob vrácení výrobku nebezpečného svou zaměnitelností s potravinou, anebo o vrácení nebo zpětném převzetí výrobku stahovaného z trhu nevyrozumí dozorový orgán.

(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.

~~(8)~~ **(10) Prodávající jako osoba, která v souvislosti s nabízením nebo uzavíráním smlouvy, ve které se za úplaty sjednává dočasné užívání ubytovacího zařízení a jiné rekreační služby podle § 1852 občanského zákoníku, se dopustí správního deliktu tím, že**

- a) neposkytne spotřebiteli údaje podle § 1854 odst. 2 občanského zákoníku v rozsahu a způsobem tam uvedeným,**
- b) neuvede zřetelně na pozvánce k nabídkové nebo prodejní akci účel a povahu této akce a nezajistí, aby byly po celou dobu jejího trvání spotřebiteli k dispozici údaje podle § 1854 odst. 2 občanského zákoníku,**
- c) neupozorní výslovně spotřebitele s dostatečným předstihem před uzavřením smlouvy, nebo než je spotřebitel vázán svým návrhem na uzavření smlouvy, na jeho právo odstoupit od smlouvy, nebo na délku lhůty k odstoupení a na zákaz platby záloh a jiných plnění nebo jejich zajištění v průběhu lhůty pro odstoupení,**
- d) nesdělí spotřebiteli údaje podle § 1854 odst. 2 v jazyce požadovaném podle § 1854 odst. 3 občanského zákoníku nebo neuzavře se spotřebitelem smlouvu v jazyce požadovaném v § 1860 občanského zákoníku nebo nevydá spotřebiteli úřední překlad textu smlouvy do jazyka uvedeného v § 1860 občanského zákoníku,**
- e) neuvede ve smlouvě údaje podle § 1856 odst. 1 občanského zákoníku,**
- f) neposkytne spotřebiteli řádně vyplněný formulář pro odstoupení od smlouvy,**
- g) neposkytne spotřebiteli písemně údaje podle § 1854 odst. 2 nebo písemně neupozorní na jejich změny,**

h) nezajistí, aby spotřebitel podepsal zvláště každé ujednání o právu na odstoupení od smlouvy, o lhůtě k odstoupení a o zákazu platby záloh a jiných plnění nebo jejich zajištění v průběhu lhůty pro odstoupení,

i) nevydá spotřebiteli bezprostředně po uzavření smlouvy alespoň jedno její vyhotovení,

j) nerozdělí u smlouvy, kterou se nabývá za úplaty právo na výhodu spojenou s ubytováním, popřípadě s dopravou nebo jinými službami, platby do ročních splátek v téže výši, popřípadě se zohledněním vývoje cen, je-li to sjednáno, nebo nezašle spotřebiteli výzvu k provedení platby písemně nejpozději 14 dnů přede dnem splatnosti,

k) v rozporu s § 1864 občanského zákoníku požaduje nebo přijímá od spotřebitele zálohu či jiné plnění nebo jejich zajištění, nebo

l) uvádí na trh nebo prodává užívání ubytovacího zařízení s noclehem na více než 1 časový úsek nebo výhodu spojenou s ubytováním popřípadě včetně dopravy nebo jiných služeb jako investici.

~~(9)~~ **(11)** Provozovatel tržiště (tržnice) se dopustí správního deliktu tím, že v rozporu s § 14a nevede nebo nepředloží evidenci prodávajících.

~~(10)~~ **(12)** Za správní delikt se uloží pokuta do

a) 1 000 000 Kč, jde-li o správní delikt podle odstavce 7 písm. b), d), l) až q), s), u), w),

b) 2 000 000 Kč, jde-li o správní delikt podle odstavce **8 10**,

c) 3 000 000 Kč, jde-li o správní delikt podle odstavce 1 písm. c) až e), odstavců 2 a 3, odstavce 7 písm. c), e), g), h), i), k), r), t), v),

d) 5 000 000 Kč, jde-li o správní delikt podle odstavce 1 písm. a) a b), odstavce 4, odstavce 7 písm. a), f), j) a ~~odstavce 9~~ **a odstavců 8, 9 a 11**,

e) 50 000 000 Kč, jde-li o správní delikt podle odstavců 5 a 6 a odstavce 7 písm. x).

~~(11)~~ **(13)** Příkazem vydaným na místě lze za správní delikt uložit pokutu do výše 5 000 Kč.

§ 24a

(1) Fyzická osoba, která prodává spotřebiteli rostlinné a živočišné výrobky z vlastní drobné pěstitelské nebo chovatelské činnosti anebo lesní plodiny, se dopustí přestupku tím, že

a) nesplní povinnost poctivého prodeje výrobků nebo poskytování služeb podle § 3,

b) při prodeji výrobků nebo poskytování služeb poruší zákaz diskriminace spotřebitele podle § 6,

c) poruší zákaz vyplývající z přímo použitelného předpisu Evropských společenství, kterým se zakazuje uvádět na trh, dovážet do Společenství a vyvážet z něj kočičí a psí kůže a výrobky obsahující tyto kůže²⁹),

d) poskytuje informaci o ceně v rozporu s § 12,

e) nevydá spotřebiteli na jeho žádost řádně vyplněný doklad o zakoupení výrobku nebo o poskytnutí služby s údaji stanovenými v § 16 odst. 1, nebo

f) použije neoprávněně ekoznačku.

(2) Za přestupek podle odstavce 1 lze uložit pokutu do 100 000 Kč. V blokovém řízení lze uložit pokutu do 5 000 Kč.

§ 24b

(1) Právnícká osoba za správní delikt neodpovídá, jestliže prokáže, že vynaložila veškeré úsilí, které bylo možno požadovat, aby porušení právní povinnosti zabránila.

(2) Při určení výměry pokuty se přihlédne k závažnosti správního deliktu, zejména ke způsobu jeho spáchání a jeho následkům a k okolnostem, za nichž byl spáchán.

(3) Odpovědnost právnícké osoby za správní delikt zaniká, jestliže správní orgán o něm nezahájil řízení do 2 let ode dne, kdy se o něm dozvěděl, nejpozději však do 5 let ode dne, kdy byl spáchán.

(4) Na odpovědnost za jednání, k němuž došlo při podnikání fyzické osoby nebo v přímé souvislosti s ním, se vztahují ustanovení tohoto zákona o odpovědnosti a postihu právnícké osoby.

(5) Správní delikty podle tohoto zákona projedná správní orgán, který podle § 23 vykonává dozor nad dodržováním povinnosti, jež byla spácháním správního deliktu porušena. Je-li k projednání správního deliktu příslušných více správních orgánů, správní delikt projedná ten z nich, který nejdříve zahájil správní řízení, a nebylo-li správní řízení zahájeno, tak ten, který porušení povinnosti zjistil jako první. O zjištěném porušení povinnosti správní orgán bezodkladně informuje správní orgán, který vykonává dozor nad dodržováním povinnosti z jiného hlediska nebo v rámci své působnosti v jiné oblasti.

(6) Pokuty vybírá správní orgán, který je uložil. Příjem z pokut je příjmem rozpočtu, ze kterého je hrazena činnost orgánu, který pokutu uložil. Pokuta je splatná do 30 dnů ode dne nabytí právní moci rozhodnutí o správním deliktu.

ČÁST ČTVRTÁ

Sdružení spotřebitelů a jiné právnické osoby založené k ochraně spotřebitele

§ 25

Právní postavení

(1) Právní postavení sdružení spotřebitelů a jiných právnických osob založených k ochraně spotřebitele (dále jen "sdružení") upravují zvláštní zákony.¹⁵⁾

(2) Návrh na zahájení řízení u soudu o zdržení se protiprávního jednání ve věci ochrany práv spotřebitelů může podat a účastníkem takového řízení může být

a) sdružení nebo profesní organizace, jež mají oprávněný zájem na ochraně spotřebitele, nebo

b) subjekt uvedený v seznamu osob oprávněných k podání žalob na zdržení se protiprávního jednání v oblasti ochrany práv spotřebitelů (dále jen "seznam oprávněných osob"), aniž je dotčeno právo soudu přezkoumat, zda návrh na zahájení řízení byl podán oprávněným subjektem.

(3) Seznam oprávněných osob je veden Komisí Evropských společenství a je zveřejňován v Úředním věstníku Evropské unie²⁰⁾.

(4) Do seznamu oprávněných osob může být za Českou republiku navrženo sdružení, pokud

a) bylo založeno v souladu s právním řádem České republiky¹⁵⁾,

b) aktivně působí v oblasti ochrany spotřebitelů po dobu alespoň dvou let,

c) je nezávislé a neziskové a

d) má vypořádány veškeré finanční závazky k České republice.

(5) Žádost o zařazení do seznamu předloží sdružení Ministerstvu průmyslu a obchodu spolu s doklady o splnění podmínek podle odstavce 4. Splňuje-li sdružení stanovené podmínky, navrhne Ministerstvo průmyslu a obchodu Komisi Evropských společenství jeho zařazení do seznamu oprávněných osob.

¹⁵⁾ Zejména zákon č. 83/1990 Sb. nebo občanský zákoník.

²⁰⁾ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 98/27/ES o žalobách na zdržení se jednání v oblasti ochrany zájmů spotřebitelů.

¹⁵⁾ Zejména zákon č. 83/1990 Sb. nebo občanský zákoník.

§ 26

Oprávnění vůči orgánům veřejné správy

Sdružení nebo profesní organizace, jež mají oprávněný zájem na ochraně spotřebitele, jsou oprávněna činit podněty orgánům veřejné správy v souvislosti s jejich dozorem nad ochranou zájmů spotřebitelů. Orgány veřejné správy, které tyto podněty obdrží, jsou povinny informovat sdružení nebo profesní organizace, jež mají oprávněný zájem na ochraně spotřebitele, o jejich vyřízení bez zbytečného odkladu, nejpozději však do dvou měsíců od obdržení podnětu.

ČÁST PÁTÁ

Společná a závěrečná ustanovení

§ 27

Ochrana spotřebitele při neoprávněném podnikání

Povinnosti prodávajících, výrobců, dovozců nebo dodavatelů mají i osoby, které provozují činnosti uvedené v § 2 odst. 1 písm. b) až e) bez příslušného oprávnění.

§ 28

zrušen

§ 28a

Ministerstvo průmyslu a obchodu stanoví vyhláškou

- a) podrobnosti o způsobu označování obuvi údaji o materiálech použitých v jejích hlavních částech,
- b) seznam druhů obuvi, které nemusí být označeny údaji o materiálech použitých v jejích hlavních částech,
- c) podmínky pro určování jednotlivých druhů křišťálového skla včetně názvů těchto druhů, vlastností, které je charakterizují, jim přidáných symbolů a metod stanovení příslušných chemických a fyzikálních vlastností, jakož i pro označování výrobků z křišťálového skla včetně stanovení výrobků z křišťálového skla, které označování podléhají.

§ 29

Účinnost

Tento zákon nabývá účinnosti dnem vyhlášení.

Stráský v.r.
Kováč v.r.

Klamavé obchodní praktiky

Obchodní praktiky jsou vždy považovány za klamavé, pokud podnikatel

- a) prohlašuje, že se zavázal dodržovat určitá pravidla chování (kodex chování) nebo že tato pravidla chování byla schválena určitým subjektem, ačkoli tomu tak není,
- b) neoprávněně používá značku jakosti nebo jiné obdobné označení,
- c) prohlašuje, že jemu, jeho výrobku nebo jím poskytované službě bylo uděleno schválení, potvrzení nebo povolení, ačkoli tomu tak není, nebo takové prohlášení není v souladu s podmínkami schválení, potvrzení nebo povolení,
- d) nabízí ke koupi výrobky nebo služby za určitou cenu, aniž by zveřejnil důvody, na jejichž základě se může domnívat, že nebude sám nebo prostřednictvím jiného podnikatele schopen zajistit dodávku uvedených nebo rovnocenných výrobků nebo služeb za cenu platnou pro dané období a v přiměřeném množství vzhledem k povaze výrobku nebo služby, rozsahu reklamy a nabízené ceny (vábivá reklama),
- e) s úmyslem propagovat jiný výrobek nebo službu nabízí výrobek nebo službu za určitou cenu a poté je odmítá ukázat spotřebiteli nebo odmítá přijetí objednávky nebo dodání výrobku nebo služby v přiměřené lhůtě nebo předvede vadný výrobek,
- f) nepravdivě uvádí, že výrobek nebo služba budou nabízeny pouze po omezenou dobu nebo že budou nabízeny pouze po omezenou dobu za určitých podmínek s cílem přimět spotřebitele k okamžitému rozhodnutí, aniž by mu poskytl přiměřenou lhůtu potřebnou k informovanému rozhodnutí,
- g) přislíbí poskytnout záruční a pozáruční servis spotřebitelům, s nimiž před uzavřením smlouvy jednal jazykem, který není úředním jazykem členského státu, v němž proběhlo jednání, a následně poskytne servis pouze v jiném jazyce, aniž to spotřebiteli jasně sdělil před uzavřením smlouvy,
- h) tvrdí nebo vytváří dojem, že prodávaný výrobek nebo poskytovaná služba jsou dovolené, i když tomu tak není,
- i) uvádí jako přednost nabídky práva, která vyplývají spotřebiteli přímo ze zákona,
- j) propaguje ve sdělovacích prostředcích výrobky nebo služby způsobem, při němž si spotřebitel nemusí uvědomit, že se jedná o placenou reklamu výrobku nebo služby,
- k) uvádí nesprávné údaje o povaze a míře rizika pro osobní bezpečnost spotřebitele nebo jeho rodiny, pokud si jeho výrobek nekoupí nebo nevyužije jím nabízenou službu,
- l) propaguje výrobek způsobem, který u spotřebitele může vyvolat dojem, že byl vyroben určitým výrobcem, ačkoliv tomu tak není,

- m) vytvoří, provozuje nebo propaguje program, ve kterém odměna pro spotřebitele závisí především na získání dalších spotřebitelů do programu, nikoli na prodeji nebo spotřebě výrobku (pyramidový program),
- n) učiní nepravdivé prohlášení, že zamýšlí ukončit svoji činnost nebo že přemísťuje provozovnu,
- o) prohlašuje, že jím nabízené nebo prodávané výrobky nebo služby usnadní výhru ve hrách založených na náhodě,
- p) nepravdivě prohlašuje, že výrobek nebo poskytnutá služba může vyléčit nemoc, zdravotní poruchu nebo postižení,
- q) poskytuje nesprávné informace o tržních podmínkách nebo o možnosti opatřit si výrobek nebo službu, aby tak přiměl spotřebitele koupit si tento výrobek nebo nabízenou službu za méně výhodných podmínek, než jsou běžné tržní podmínky,
- r) nabízí výrobky nebo služby prostřednictvím soutěže o ceny, aniž by byly ceny uděleny nebo aniž by ceny odpovídaly původní nabídce nebo byla udělena odpovídající náhrada,
- s) uvádí u výrobku nebo služby slova „gratis“, „zdarma“, „bezplatně“ nebo slova podobného významu, pokud spotřebitel musí za výrobek nebo službu vynaložit jakékoli náklady, s výjimkou nezbytných nákladů spojených s reakcí na nabídku, s převzetím výrobku nebo služby nebo jejich doručením,
- t) přiloží k propagačnímu materiálu výzvu k provedení platby s cílem vyvolat u spotřebitele dojem, že si nabízený výrobek nebo službu již objednal, ačkoli tomu tak není,
- u) vyvolává dojem nebo nepravdivě uvádí, že nejedná v rámci své podnikatelské činnosti nebo se prezentuje jako spotřebitel, nebo
- v) vyvolává dojem nebo nepravdivě uvádí, že záruční i pozáruční servis k výrobku je poskytován i v jiném členském státě, než ve kterém je výrobek prodáván.

Agresivní obchodní praktiky

Obchodní praktiky jsou vždy považovány za agresivní, pokud podnikatel

- a) vytváří dojem, že spotřebitel nemůže opustit provozovnu nebo místo, kde je nabízen nebo prodáván výrobek nebo poskytována služba, bez uzavření smlouvy,
- b) osobně navštíví spotřebitele v jeho bydlišti, ačkoli ho spotřebitel vyzval, aby jeho bydliště opustil a nevracel se, s výjimkou vymáhání splatných smluvních závazků způsobem, který je v souladu s příslušnými právními předpisy,
- c) opakovaně činí spotřebiteli nevyžádané nabídky prostřednictvím telefonu, faxu, elektronické pošty, nebo jiných prostředků přenosu na dálku, s výjimkou vymáhání splatných smluvních závazků způsobem, který je v souladu s příslušnými právními předpisy; tím nejsou dotčena ustanovení § 2 odst. 1 písm. e) zákona č. 40/1995 Sb., v platném znění a příslušná ustanovení zákona č. 480/2004 Sb. a zákona č. 101/2000 Sb.,
- d) požaduje na spotřebiteli, aby při uplatňování práva vyplývajícího z pojistné smlouvy předložil doklady, které nelze při posuzování oprávněnosti nároku pokládat za důvodné nebo neodpovídá na korespondenci, aby odradil spotřebitele od uplatnění práv vyplývajících ze smlouvy,
- e) prostřednictvím reklamy přímo nabádá děti, aby si nabízené výrobky nebo služby koupily nebo aby k jejich koupi přesvědčily dospělou osobu,
- f) požaduje na spotřebiteli okamžitou nebo odloženou platbu za výrobky nebo služby, které mu dodal, ačkoli si je spotřebitel neobjednal nebo požaduje vrácení či uschování nevyžádaných výrobků, nejedná-li se o náhradní dodávku podle předem uzavřené smlouvy,
- g) prohlašuje, že pokud si spotřebitel výrobek nebo službu nekoupí, ohrozí tím jeho podnikání, pracovní místo nebo existenci, nebo
- h) vytváří klamný dojem, že spotřebitel vyhrál nebo vyhraje, pokud bude jednat určitým způsobem, ačkoli ve skutečnosti žádná taková výhra nebo výhoda neexistuje nebo pro získání výhry nebo výhody musí spotřebitel vynaložit finanční prostředky nebo jiné výdaje.